



**PENGARUH PENGGUNAAN *MOBILE ADVERTISING* “MARTABAK
RAJA” MELALUI IKLAN *SMS (SHORT MESSAGE SERVICE)*
LOCAL BASED ADVERTISING TERHADAP PERUBAHAN
PERILAKU KONSUMEN**

**(Survei pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka
Kampus Limau)**

SKRIPSI

MIRDA HANUM PITARINI

1210411019

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2016



**PENGARUH PENGGUNAAN *MOBILE ADVERTISING* “MARTABAK
RAJA” MELALUI IKLAN *SMS (SHORT MESSAGE SERVICE)*
LOCAL BASED ADVERTISING TERHADAP PERUBAHAN
PERILAKU KONSUMEN**

**(Survei pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka
Kampus Limau)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

MIRDA HANUM PITARINI

1210411019

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2016

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Mirda Hanum Pitarini
NRP : 1210411019
Tanggal : 25 Juli 2016

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 28 Juli 2016

Yang Menyatakan,



(Mirda Hanum Pitarini)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mirda Hanum Pitarini
NRP : 1210411019
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

‘PENGARUH PENGGUNAAN *MOBILE ADVERTISING* “MARTABAK RAJA” MELALUI IKLAN *SMS (SHORT MESSAGE SERVICE) LOCAL BASED ADVERTISING* TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN (Survei pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka Kampus Limau)’

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Juli 2016

Yang Menyatakan,



(Mirda Hanum Pitarini)

PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh:

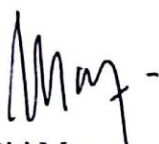
Nama : Mirda Hanum Pitarini
NRP : 1210411019
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *Mobile Advertising* “MARTABAK RAJA” melalui Iklan *SMS (Short Message Service) Local Based Advertising* terhadap Perubahan Perilaku Konsumen (Survei pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof.DR. Hamka Kampus Limau)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.



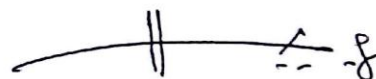
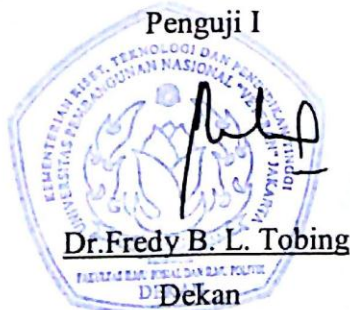
Dr. Ir. Sumardi Dahlan, MS

Ketua Penguji



Dra. Siti Maryam, M.Si

Penguji I



Ibnu Soeprijo S.Kom, M.Si

Penguji II



Damayanti S.Sos, M.Si

Ka. Progd

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 20 Juli 2016

PENGARUH PENGGUNAAN *MOBILE ADVERTISING* “MARTABAK RAJA” MELALUI IKLAN *SMS (SHORT MESSAGE SERVICE) LOCAL BASED ADVERTISING* TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN
(Survei pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka Kampus Limau)

MIRDA HANUM PITARINI

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini karena semakin banyak persaingan usaha khususnya dibidang kuliner membuat pengusaha memanfaatkan perkembangan *mobile technology* sebagai kegiatan *mobile advertising* melalui iklan *SMS (Short Message Service) Local Based Advertising* agar lebih unggul dibanding pesaingnya. Pengiriman *SMS Local Based Advertising* ini sesuai dengan lokasi konsumen berada. Penulis menggunakan teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Response) sebagai dasar acuan teori yang sesuai dengan masalah yang ingin diteliti. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan *mobile advertising* “MARTABAK RAJA” terhadap perubahan perilaku konsumen (survei pada mahasiswa Univ. Muhammadiyah Prof. DR. Hamka Kampus Limau). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis eksplanatif. Pengambilan sampel sebanyak 98 responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,655 > 1,658$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan dari hasil uji determinasi menggunakan SPSS versi 21 dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Y sebesar 46,6%. Sementara 53,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan *mobile advertising* “MARTABAK RAJA” terhadap perubahan perilaku konsumen (survei pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka Kampus Limau)

Kata Kunci : *Mobile advertising, Iklan SMS Local Based Advertising, Perilaku konsumen*

**THE INFLUENCE OF THE USE OF MOBILE ADVERTISING "MARTABAK
RAJA" THROUGH ADVERTISING SMS(SHORT MESSAGE SERVICE)
LOCAL BASED ADVERTISING TO CHANGES IN
CONSUMER BEHAVIOR**

**(Survey on student University of Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
Campus Limau)**

MIRDA HANUM PITARINI

ABSTRACT

The background of this research as more business competition in particular in the field of culinary make employers utilizing the development mobile technology as the activities of mobile advertising through advertising SMS (Short Message Service) Local Based Advertising to be more superior compared to its competitors. SMS sending Local Based Advertising in accordance with the location of the consumer is located. The author uses the theory of S-O-R (Stimulus-Organism-Response) as a base reference point theory that corresponds to the problem who wants to canvassed. The purpose of this research is to know the extent of the influence of the use of mobile advertising "MARTABAK RAJA" to changes in consumer behavior (survey on students of Univ. of Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka Campus Limau). The research method used was the type of quantitative eksplanatif. Sampling as much as 98 respondents using accidental sampling. Method of data collection used by the dissemination of the questionnaire. The results showed that the calculation of t calculate $>$ t table i.e. $5.655 > 1.658$ then H_0 denied and H_a is received. And from the results of the determination of the test using SPSS version 9 it can be concluded that there are influences between variables X and Y variables of 46.6%. While 53.4% more influenced by other factors not included in this study. Thus it can be concluded there was significant influence between the use of mobile advertising "MARTABAK RAJA" to changes in consumer behavior (survey on students of University of Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka Campus Limau)

Keyword : Mobile advertising, SMS Advertising Local Based Advertising, consumer behavior

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah ‘Pengaruh Penggunaan *Mobile Advertising* “MARTABAK RAJA” Melalui Iklan *SMS (Short Message Service) Local Based Advertising* terhadap Perubahan Perilaku Konsumen. (Survei pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka Kampus Limau)’. Terima kasih kepada Bapak Dr. Fredy B. L. Tobing selaku Dekan FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Ibu Damayanti S.Sos, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Bapak Ibnu Soeprijo S.Kom M.Si selaku dosen pembimbing, Bapak dan Ibu dosen, serta staff dan karyawan FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang sudah membantu selama masa perkuliahan.

Disamping itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua dan juga keluarga yang memberikan doa serta dukungan selama proses penulisan skripsi ini. Selain itu terima kasih juga disampaikan untuk Isma Ramadhanti, Ranny Wirdaus, Mardiana Anggraeni Putri, Anindia Prestiawani Rizki serta teman-teman Commfams 2012 yang memberikan semangat dan membantu mulai dari sebelum dan hingga skripsi ini selesai.

Jakarta, 28 Juli 2016

Penulis

(Mirda Hanum Pitarini)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Penelitian	6
I.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
II.1 Teori Dasar	8
II.2 Definisi Konsep	11
II.3 Kerangka Pemikiran	15
II.4 Perumusan Hipotesis	16
BAB III PEMBAHASAN	17
III.1 Metode dan Jenis Penelitian	17
III.2 Populasi dan Sampel.....	17
III.3 Teknik Penarikan Sampel	19
III.4 Teknik Pengumpulan Data	20
III.5 Operasionalisasi Konsep	21
III.6 Metode Pengujian Instrumen	24
III.7 Teknik Analisis Data	29
III.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
IV.1 Objek Penelitian	33
IV.2 Hasil Penelitian.....	39
IV.3 Teknik Analisis Data.....	59
IV.4 Analisis Pembahasan	63

BAB V PENUTUP.....	65
V.1 Kesimpulan.....	65
V.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Populasi	18
Tabel 2	Skala Likert	21
Tabel 3	Variabel X	22
Tabel 4	Variabel Y	23
Tabel 5	Hasil Uji Validitas Variabel X	26
Tabel 6	Hasil Uji Validitas Variabel Y	27
Tabel 7	Pengambilan Keputusan Uji Reliabilitas	28
Tabel 8	Hasil Reliabilitas Variabel X	28
Tabel 9	Hasil Reliabilitas Variabel Y	29
Tabel 10	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai	30
Tabel 11	Waktu Penelitian	32
Tabel 12	Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 13	Fakultas Responden	40
Tabel 14	Pertanyaan Karakteristik	41
Tabel 15	Pernyataan 1	41
Tabel 16	Pernyataan 2	42
Tabel 17	Pernyataan 3	42
Tabel 18	Pernyataan 4	43
Tabel 19	Pernyataan 5	43
Tabel 20	Pernyataan 6	44
Tabel 21	Pernyataan 7	45
Tabel 22	Pernyataan 8	45
Tabel 23	Pernyataan 9	46
Tabel 24	Pernyataan 10	46
Tabel 25	Pernyataan 11	47
Tabel 26	Pernyataan 12	47
Tabel 27	Pernyataan 13	48
Tabel 28	Pernyataan 14	48
Tabel 29	Pernyataan 15	49
Tabel 30	Pernyataan 16	49
Tabel 31	Skala Interval Variabel X	51
Tabel 32	Pernyataan 1	51
Tabel 33	Pernyataan 2	52
Tabel 34	Pernyataan 3	52
Tabel 35	Pernyataan 4	53
Tabel 36	Pernyataan 5	53
Tabel 37	Pernyataan 6	54
Tabel 38	Pernyataan 7	55
Tabel 39	Pernyataan 8	55
Tabel 40	Pernyataan 9	56
Tabel 41	Pernyataan 10	56
Tabel 42	Pernyataan 11	57
Tabel 43	Pernyataan 12	57
Tabel 44	Skala Interval Variabel Y	59
Tabel 45	Hasil Penghitungan Uji Korelasi	60
Tabel 46	Koefisiensi Determinasi	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar1 Alur <i>Mobile Advertising</i>	1
Gambar2 SMS <i>Local Based Advertising</i>	3
Gambar3 Teori S-O-R.....	9
Gambar4 Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar5 Logo Matabak Raja	33
Gambar6 Contoh iklan SMS <i>Local Based Advertising</i>	34
Gambar7 Logo Univ. Muhammadiyah Prof. DR. Hamka	35

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2r Tabel
- Lampiran 3 t Tabel
- Lampiran 4 Skor Jawaban Kuisisioner
- Lampiran 5 Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner