



Judul Tugas Akhir Skripsi :

PENGARUH *CENTRAL ROUTE* DAN *PERIPHERAL ROUTE* TERHADAP MINAT BELI PENONTON DI YOUTUBE (STUDI PADA VIDEO *REVIEW BATTLE* MAKANAN “TASYI BATTLE FRIED CHICKEN 2024 LOKAL BRAND”)

Tugas Akhir ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Raisa Nur Azkiya

NIM : 2110411057



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Raisa Nur Azkya

NIM : 210411057

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, Mei 2023

Yang menyatakan,



Raisa Nur Azkya

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raisa Nur Azkiya
NIM : 2110411057
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

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 *CENTRAL ROUTE* DAN *PERIPHERAL ROUTE* TERHADAP MINAT BELI PENONTON DI YOUTUBE (STUDI PADA VIDEO *REVIEW BATTLE MAKANAN "TASYI BATTLE FRIED CHICKEN 2024 LOKAL BRAND"*)

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 saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 24 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Raisa Nur Azkiya)

PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Raisa Nur Azkiya

NIM : 2110411057

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Central Route Dan Peripheral Route Terhadap Minat
Beli Penonton Di Youtube (Studi Pada Video Review Battle Makanan "Tasyi
Battle Fried Chicken 2024 Lokal Brand")

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga
digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 24 Juli 2025

Yang menyatakan,


(Raisa Nur Azkiya)

Pengesahan Tugas Akhir

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Raisa Nur Azkiya
NIM : 2110411057
PROGRAM STUDI : SI Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh *Central Route* Dan *Peripheral Route* Terhadap
Minat Beli Penonton Di Youtube (Studi Pada Video Review
*Battle Makanan "Tasyi Battle Fried Chicken 2024 Lokal
Brand"*)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian
persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional
Veteran Jakarta.

Pembimbing

(Putrawan Yuliandri S.I.Kom., M.Si)

Penguji 1

(Dr. Damayanti, M.Si)

Penguji 2

(Kumala Hayati, S.I.Kom., M.Med.Kom.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

(Uljanatunnisa, S.Sos. MA)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : Senin, 7 Juli 2025

**PENGARUH *CENTRAL ROUTE* DAN *PERIPHERAL ROUTE* TERHADAP
MINAT BELI PENONTON DI YOUTUBE (STUDI PADA VIDEO *REVIEW
BATTLE MAKANAN “TASYI BATTLE FRIED CHICKEN 2024 LOKAL
BRAND”*)**

RAISA NUR AZKIYA

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh video konten *review battle* Tasyi Athasyia di Youtube yang membandingkan berbagai merek produk secara langsung dalam satu video. Konten ini dinilai mampu mempengaruhi persepsi serta sikap penonton terhadap produk yang diulas. Pada kolom komentar terlihat bahwa penonton menjadikan konten ini sebagai acuan dalam membeli produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh jalur pemrosesan pesan yaitu *central route* dan *peripheral route* pada konten *review battle* Tasyi Athasyia di YouTube terhadap minat beli penonton dengan menggunakan teori *Elaboration Likelihood Model (ELM)*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif dengan metode survei. Populasi pada penelitian ini yaitu penonton video *review battle Fried Chicken* oleh Tasyi Athasyia di YouTube. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *central route* dan *peripheral route* terhadap minat beli penonton yaitu sebesar 68,4%, sementara sisanya sebesar 31,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak didapat dalam penelitian ini. Hasil persamaan regresi linear berganda dengan koefisien terstandar menunjukkan *Route Central (X1)* sebesar 0,198, *Route Peripheral (X2)* sebesar 2,384. Dapat disimpulkan bahwa *Route Peripheral* memiliki kontribusi terbesar pada minat beli dibanding variabel lainnya.

Kata Kunci: *Central Route, Minat Beli, Periheral Route, Review Battle.*

The Influence of Central Route and Peripheral Route on Viewers' Purchase Intention on YouTube (A Study on the Food Review Battle Video 'Tasyi Battle Fried Chicken 2024 – Local Brand')

RAISA NUR AZKIYA

ABSTRACT

This research is motivated by the video of Tasyi Athasyia's review battle content on Youtube which compares various product brands directly in one video. This content is considered capable of influencing the audience's perception and attitude towards the reviewed product. In the comments column, it can be seen that the audience uses this content as a reference in purchasing the product. This research aims to examine the influence of message processing routes namely the central route and peripheral route in Tasyi Athasyia review battle content on YouTube on viewers' purchase intention, using the Elaboration Likelihood Model (ELM) theory. The research employs a quantitative explanatory method with a survey approach. The population in this study consists of viewers of Tasyi Athasyia's Fried Chicken review battle video on YouTube. The sampling technique used is probability sampling with a simple random sampling method. The results show that both the central route and peripheral route significantly influence viewers' purchase intention, accounting for 68.4% of the effect, while the remaining 31.6% is influenced by other factors not identified in this research. The standardized coefficients in the multiple linear regression equation show that the Central Route (X1) has a value of 0.198, while the Peripheral Route (X2) has a value of 2.384. It can be concluded that the Peripheral Route contributes the most to purchase intention compared to the other variables.

Keywords: Central Route, Peripheral Route, Purchase Intention, Review Battle.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas segala limpahan rahmat-Nya penulis memanjatkan doa kepada Allah SWT sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian yang telah berlangsung sejak September 2024 ini diberi judul Pengaruh Central Route dan Peripheral Route terhadap Minat Beli Penonton di YouTube (Studi pada Video Review Makanan “Tasyi Battle Fried Chicken 2024 Local Brand”). Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut ini atas bantuan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.

1. Puji syukur kepada Allah SWT. yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar.
2. Penulis ucapkan terimakasih yang besar kepada kedua orang tua dan keluarga saya Ibu Nur Emalia, Bapak Yoyo Akhror, kakak saya Raihan Marin dan adik saya Syifa Nurunnisa yang telah memberikan penulis dukungan, semangat, dan doa.
3. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada yang terhormat Mas Putrawan Yuliandri, S.I.Kom, M.Si., yang telah bertindak sebagai pembimbing utama dan telah memberikan banyak masukan yang sangat membantu penulis dalam penyusunan tesis ini dari awal hingga akhir. Selain itu, kepada penguji 1 dan 2, Ibu Dr. Damayanti, S.Sos, M.Si, dan Ibu Kumala Hayati, S.I.Kom, M.Med.Kom, yang telah memberikan banyak masukan dan saran untuk penelitian ini guna menyempurnakan tesis ini..
4. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman penulis, Caca, Salsa, dan Khansa yang telah mendukung dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 19 Juni 2025



Raisa Nur Azkiya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Akademis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
1.6. Sistematika Penulisan.....	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Konsep-Konsep Penelitian	16
2.2.1 Teori Elaboration Likelihood Model (ELM).....	16
2.2.2 Influencer.....	18
2.2.3 Media Sosial	20
2.2.4 Minat Beli	22
2.3 Kerangka Berpikir	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
 BAB III METODE PENELITIAN	 26
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	26
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.3 Jenis Penelitian	26
3.4 Definisi Operasional Variabel	27
3.5 Populasi dan Sampel	28
3.5.1 Populasi.....	28
3.5.2 Sampel	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data	30
3.7 Sumber Data	30
3.7.1 Data Primer.....	31
3.7.2 Data Sekunder.....	31

3.8 Metode Analisis.....	31
3.8.1 Uji Validitas.....	31
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.8.3 Uji Normalitas.....	36
3.8.4 Uji Heteroskedastisitas	37
3.8.5 Uji Multikolinearitas.....	37
3.8.6 Uji Regresi Linear Berganda	37
3.8.7 Uji Koefisien Determinasi.....	38
3.8.8 Uji Korelasi.....	38
3.9 Pengujian Hipotesis.....	39
3.9.1 Uji T.....	39
3.9.2 Uji F.....	40
3.10 Tabel Rencana Waktu	40
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Karakteristik Responden.....	43
4.2.2 Data Analisis Variabel X1 (Central Route).....	45
4.2.3 Data Analisis Variabel X2 (Peripheral Route).....	60
4.2.4 Data Analisis Variabel Y (Minat Beli)	64
4.3 Analisis.....	73
4.3.1 Uji Normalitas.....	73
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	74
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	75
4.3.4 Uji Korelasi Berganda	76
4.3.5 Uji Regresi Linear Berganda	77
4.3.6 Uji Hipotesis.....	78
4.3.7 Uji Koefisien Determinasi	80
4.4 Pembahasan	81
4.4.1 Pengaruh <i>Route Central</i> terhadap minat beli penonton.....	83
4.4.2 Pengaruh <i>Route Peripheral</i> terhadap minat beli penonton.....	85
4.4.3 Pengaruh <i>Route Central</i> dan <i>Route Peripheral</i> terhadap minat beli.....	86
 BAB V KESIMPULAN.....	89
5.1 Simpulan.....	89
5.2 Saran.....	90
5.2.1 Saran Praktis.....	90
5.2.2 Saran Teoritis.....	90
 DAFTAR PUSTAKA	91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	94
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 3. 2 Skala Likkert.....	28
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X1	32
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X2	33
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	34
Tabel 3. 6 Tingkat Reliabilitas Cronbach Alpha.....	35
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas X1.....	35
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas X2.....	36
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Y.....	36
Tabel 3. 10 Jadwal Rencana Penelitian.....	40
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 2 Usia	44
Tabel 4. 3 Profesi	44
Tabel 4. 4 Pernyataan X1.1.....	46
Tabel 4. 5 Pernyataan X1.2.....	47
Tabel 4. 6 Pernyataan X1.3.....	48
Tabel 4. 7 Pernyataan X1.4.....	48
Tabel 4. 8 Pernyataan X1.5.....	49
Tabel 4. 9 Pernyataan X1.6.....	50
Tabel 4. 10 Pernyataan X1.7.....	50
Tabel 4. 11 Pernyataan X1.8.....	51
Tabel 4. 12 Pernyataan X1.9.....	52
Tabel 4. 13 Pernyataan X1.10.....	52
Tabel 4. 14 Pernyataan X1.11.....	53
Tabel 4. 15 Pernyataan X1.12.....	54
Tabel 4. 16 Pernyataan X1.13.....	54
Tabel 4. 17 Pernyataan X1.14.....	55
Tabel 4. 18 Pernyataan X1.15.....	56
Tabel 4. 19 Pernyataan X1.16.....	57
Tabel 4. 20 Pernyataan X1.17.....	58
Tabel 4. 21 Pernyataan X1.18.....	58
Tabel 4. 22 Pernyataan X1. 19.....	59
Tabel 4. 23 Pernyataan X2.1.....	60
Tabel 4. 24 Pernyataan X2.2.....	61
Tabel 4. 25 Pernyataan X2.3.....	62
Tabel 4. 26 Pernyataan X2.4.....	63
Tabel 4. 27 Pernyataan Y.1.....	64
Tabel 4. 28 Pernyataan Y.2.....	65
Tabel 4. 29 Pernyataan Y.3.....	66
Tabel 4. 30 Pernyataan Y.4.....	66

Tabel 4. 31 Pernyataan Y.5.....	67
Tabel 4. 32 Pernyataan Y.6.....	68
Tabel 4. 33 Pernyataan Y.7.....	68
Tabel 4. 34 Pernyataan Y.8.....	69
Tabel 4. 35 Pernyataan Y.9.....	70
Tabel 4. 36 Pernyataan Y.10.....	70
Tabel 4. 37 Pernyataan Y.11.....	71
Tabel 4. 38 Pernyataan Y.12.....	72
Tabel 4. 39 Hasil Mean Dimensi Variabel X1.....	72
Tabel 4. 40 Hasil Mean Dimensi Variabel X2.....	73
Tabel 4. 41 Hasil Mean Dimensi Variabel Y.....	73
Tabel 4. 40 Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 4. 41 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4. 42 Hasil Uji Hetersokedastisitas.....	76
Tabel 4. 43 Hasil Uji Korelasi.....	76
Tabel 4. 44 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77
Tabel 4. 45 Hasil Uji T.....	79
Tabel 4. 46 Hasil Uji F.....	80
Tabel 4. 47 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	81
Tabel 4. 48 Hasil Mean Dimensi Variabel X1.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna YouTube di Dunia.....	2
Gambar 1. 2 Konten Review Battle Tasyi Athasyia	3
Gambar 1. 3 Review Battle fried chicken 2024 lokal brand	4
Gambar 1. 4 Komentar Penonton Review Battle	5
Gambar 4. 1 Akun YouTube Tasyi Athasyia.....	41
Gambar 4. 2 Konten Review Battle Tasyi Athasyia	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Bimbingan.....	95
Lampiran 2 Surat Keterangan Riset	96
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 4 Tabulasi Data.....	102
Lampiran 5 Nilai Mean Dimensi Variabel.....	105
Lampiran 6 Bukti Penyebaran Kuesioner.....	105
Lampiran 7 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	106
Lampiran 8 Titik Persentase Distribusi.....	106
Lampiran 9 Tabel Uji F.....	107