



Judul Skripsi:

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN *WEB SERIES* DI *ACCOUNT*  
*YOUTUBE* TOYOTA INDONESIA TERHADAP *BRAND LOYALTY*  
(Survei Kepada Komunitas Toyota Yaris di Daerah Jakarta)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan  
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Nama : Intan Ayu Widiyasih**

**NIM : 1510411032**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**



NEW  
**YARIS**

A Web Series by Yandy Laurens

# MENGAKHIRI CINTA DALAM 3 EPISODE

SHEILADARA

DION WIYOKO

Judul Skripsi:

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN *WEB SERIES* DI *ACCOUNT*  
*YOUTUBE* TOYOTA INDONESIA TERHADAP *BRAND LOYALTY***

**(Survei Kepada Komunitas Toyota Yaris di Daerah Jakarta)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan

dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Nama : Intan Ayu Widiyasih**

**NIM : 1510411032**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

*Kupersembahkan Skripsi ini untuk orang tercinta dan tersayang  
Ayah, Ibu tercinta dan Kakak-kakaku*

*Terimakasih atas bimbingan selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan  
Skripsi ini dengan baik. Banyak hal yang saya ingin sampaikan, tetapi tidak  
dapat ditulis satu persatu.*

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Intan Ayu Widiyasih  
NIM : 1510411032  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidak-sesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 15 Januari 2019

Yang menyatakan



VETERAN  
TEMPEL  
20  
621722608  
5000  
LIMA RIBU RUPIAH

Intan Ayu Widiyasih

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Intan Ayu Widiyasih

NIM : 1510411032

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH DAYA TARIK IKLAN *WEB SERIES* DI *ACCOUNT* YOUTUBE TOYOTA INDONESIA TERHADAP *BRAND LOYALTY* (SURVEI KEPADA KOMUNITAS TOYOTA YARIS DI DAERAH JAKARTA)

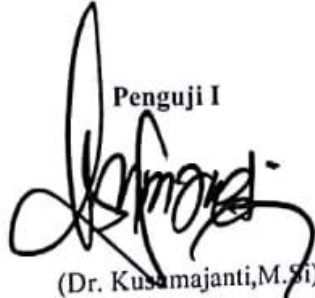
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

**Pembimbing I**



(Drs. Supratman, M.Si)

**Penguji I**



(Dr. Kusumajanti, M.Si)

**Penguji II**



(Dra. Siti Maryam, M.Si)

**Ketua Program Studi**



Azwar, S.S., M.Si

**Ditetapkan di  
Tanggal Ujian**

: Jakarta  
: 15 Januari 2019

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa atas berkat rahmat serta karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh Daya Tarik Iklan Web Series di Account YoutubeToyota Indonesia Terhadap Brand Loyalty**”. Penyusunan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program strata-1 di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih banyak dan rasa hormat kepada semua pihak yang telah membantu berlangsungnya penulisan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Dra. Supratman, M.Si, Dosen Pembimbing 1 skripsi yang telah memberikan masukan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
2. Dr. Wahidah R Bulan, Dosen Pembimbing 2 skripsi yang telah memberiarahan dalam teknik penulisan.
3. Bapak Sukarman R Mulyono, Ibu Nuryani, Dian Rini sebagai Kakak pertama, Heru Nur I sebagai kakak kedua dan yang terakhir Elyza Tri B sebagai Kakak ketiga yang sudah mendukung baik materi, tenaga, dan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
4. Windhi Tia Saputra, M.Si, Pembimbing Akademik yang selalu membimbing penulis dalam perkuliahan.
5. Bapak Azwar, M.Si, Ketua Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
6. Dr. Kusumajanti, PLH Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
7. Kepada Komunitas Toyota Yaris di Daerah Jakarta yang telah membantu dalam pengisian kuesioner dalam penelitian ini.
8. Kepada Shena, Salma, Diana, Nadya, Andra, Riska, Gesike, Azis, Haliza, Raihana, Prasetio, Syabhan, Inviani, Putri, Mega Mercy, Brianty, Sheilya, teman-teman mahasiswa bimbingan Pak Supratman

yaitu Nimas, Fifi, Elsa dan Helmi yang selalu mendukung penuh dalam pembuatan skripsi ini dan menyemangati penulis dalam pembuatan skripsi ini.

9. Dan teruntuk teman–teman penulis selama kuliah di jurusan komunikasi dan konsentrasi *advertisising* 2015 yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan dan kesalahan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, 15 Januari 2019



**Intan Ayu Widiyasih**

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI**

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

Nama : Intan Ayu Widiyasih  
NRP : 1510411032  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : 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 DAYA TARIK IKLAN WEB SERIES DI ACCOUNT YOUTUBE TOYOTA INDONESIA TERHADAP BRAND LOYALTY (SURVEI KEPADA KOMUNITAS TOYOTA YARIS DI DAERAH JAKARTA)**

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 : 15 Januari 2018

Yang menyatakan,



**Intan Ayu Widiyasih**



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN *WEB SERIES* DI *ACCOUNT*  
YOUTUBE TOYOTA INDONESIA TERHADAP *BRAND LOYALTY***

**(Survei Kepada Komunitas Toyota Yaris di Daerah Jakarta)**

**Intan Ayu Widiyasih**

**ABSTRAK**

**Penelitian ini bertujuan** untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik iklan *web series* di *Account* Youtube Toyota Indonesia (survei kepada komunitas Toyota Yaris di Jakarta). **Konsep atau Teori** yang relevan dalam penelitian ini antara lain **Model Respon Kognitif , Daya Tarik, dan *Brand Loyalty***. **Penelitian ini** menggunakan pendekatan penelitian **kuantitatif**. **Metode penelitian** yang digunakan ialah survei. Populasi dalam penelitian ini adalah Komunitas Toyota Yaris di Jakarta dengan jumlah 70 responden. **Teknik penarikan sampel** dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling* menggunakan Sampel Jenuh, artinya teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Teknik pengujian data diproses menggunakan program *SPSS (Statistical Product and Service Solutions) versi 23*. **Hasil dari penelitian ini** menunjukkan bahwa korelasi antara variabel X dengan variabel Y memiliki hubungan yang kuat. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dengan demikian dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Daya Tarik Iklan *Web Series* di *Account* Youtube Toyota Indonesia terhadap *Brand Loyalty*.

**Kata Kunci : Daya Tarik Iklan *Web Series*, *Brand Loyalty*, *Account* Youtube, Toyota Indonesia**

***INFLUENCE THE ATTRACTIVENESS OF WEB AD SERIES IN  
YOUTUBE ACCOUNTS TOYOTA INDONESIA TOWARDS BRAND  
LOYALTY***

***(A survey to the community of the Toyota Yaris in the area of Jakarta)***

**Intan Ayu Widiyasih**

***ABSTRACT***

***This research aims to find out how much influence the appeal of web ad series in Youtube accounts Toyota Indonesia (a survey to the community of the Toyota Yaris in Jakarta). The concept or Theory that are relevant in this study include Cognitive Response Model, attraction, and Brand Loyalty. This research using quantitative research approach. The research method used is survey. The population in this research is the Toyota Yaris in Jakarta with a population of 70 respondents. Sample withdrawal technique in this study using a Non Probability Sampling using the Saturated Samples, meaning the technique of determination of the sample when all members of a population is used as a sample. The technique of testing data is processed using program SPSS (Statistical Product and Service Solutions) version 23. The results of this research show that the correlation between the variable X with Y variables have a strong relationship. Based on the results of the calculation of the coefficient of determination is obtained the results of the presence of the influence of variables X against the variable y. can thus be inferred Ho denied and Ha received there was significant influence between the influence the appeal of Web advertising Series Youtube accounts Toyota Indonesia towards Brand Loyalty.***

***Kata Kunci : The Appeal Of The Web Series Advertising, Brand Loyalty, Youtube Accounts, Toyota Indonesia***

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Konsep – konsep Penelitian.....	13
2.2.1 Periklanan .....	13
2.2.2 Fungsi Periklanan.....	14
2.2.3 Media Baru.....	15
2.2.4 Media Sosial.....	16
2.2.5 Youtube .....	18
2.2.6 <i>Web Series</i> .....	19
2.2.7 Daya Tarik Iklan .....	20
2.2.8 <i>Brand Loyalty</i> .....	21
2.3 Teori Penelitian .....	23
2.3.1 Model Respon Kognitif.....	23
2.4 Kerangka Berfikir.....	25
2.5 Hipotesis Penelitian.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Metodologi Penelitian .....	28
3.1.1 Pendekatan Penelitian .....	28

3.1.2 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Populasi dan Sample .....	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel.....	29
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.3.1 Data Primer .....	31
3.3.2 Data Sekunder .....	31
3.3.3 Operasional Variabel .....	32
3.4 Metode Analisis Data.....	34
3.4.1.Uji Validitas .....	34
3.4.2.Uji Reliabilitas .....	35
3.4.3 Uji Korelasi.....	36
3.4.4 Koefisien Determinasi .....	37
3.4.5 Uji Hipotesis .....	37
3.5 Hasil Pretest .....	38
3.5.1 Hasil Uji Validitas.....	38
3.5.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
3.6 Waktu dan Tempat Penelitian.....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	45
4.1.1 Sejarah Iklan <i>Web Series</i> .....	45
4.1.4 Sejarah Toyota Yaris Club Indonesia (TYCI) .....	47
4.1.5 Visi & Misi Toyota Yaris Club Indonesia .....	47
4.2 Hasil Penelitian .....	48
4.2.1 Karakteristik Responden.....	48
4.2.3 Data Analisis Variabel X .....	51
4.2.4 Data Analisis Variabel Y .....	60
4.2.5 Uji Korelasi .....	78
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi .....	79
4.2.7 Uji Hipotesis .....	81
4.3 Pembahasan .....	82
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>87</b>
5.1 Kesimpulan .....	87
5.2 Saran .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xiv</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 2. Kerangka Berfikir .....	26
Tabel 3. Data Skala Likert .....	31
Tabel 4. Operasional Variabel.....	33
Tabel 5. <i>Alpha Cronbach's</i> .....	36
Tabel 6. Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi.....	37
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	39
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Y Pretes .....	40
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	41
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	42
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	43
Tabel 12. Periode Waktu Penelitian.....	44
Tabel 13. Karakteristik Responden Jenis Kelamin .....	49
Tabel 14. Karakteristik Responden Usia .....	49
Tabel 15. Pekerjaan Responden .....	50
Tabel 16. Apakah pernah menonton tayangan <i>web series</i> .....	50
Tabel 17. Variabel X Pernyataan 1 .....	51
Tabel 18. Variabel X Pernyataan 2 .....	52
Tabel 19. Variabel X Pernyataan 3 .....	53
Tabel 20. Variabel X Pernyataan 4 .....	54
Tabel 21. Variabel X Pernyataan 5 .....	55
Tabel 22. Variabel X Pernyataan 6 .....	56
Tabel 23. Variabel X Pernyataan 7 .....	57
Tabel 24. Variabel X Pernyataan 8 .....	58
Tabel 25. Variabel X Pernyataan 9 .....	59
Tabel 26. Variabel X Pernyataan 10 .....	60
Tabel 27. Variabel Y Pernyataan 1 .....	61
Tabel 28. Variabel Y Pernyataan 2 .....	62
Tabel 29. Variabel Y Pernyataan 3 .....	63
Tabel 30. Variabel Y Pernyataan 4 .....	64

Tabel 31. Variabel Y Pernyataan 5 .....	65
Tabel 32. Variabel Y Pernyataan 6 .....	66
Tabel 33. Variabel Y Pernyataan 7 .....	67
Tabel 34. Variabel Y Pernyataan 8 .....	68
Tabel 35. Variabel Y Pernyataan 9 .....	69
Tabel 36. Variabel Y Pernyataan 10 .....	70
Tabel 37. Variabel Y Pernyataan 11 .....	71
Tabel 38. Variabel Y Pernyataan 12 .....	72
Tabel 39. Variabel Y Pernyataan 13 .....	73
Tabel 40. Variabel Y Pernyataan 14 .....	74
Tabel 41. Variabel Y Pernyataan 15 .....	75
Tabel 42. Variabel Y Pernyataan 16 .....	76
Tabel 43. Variabel Y Pernyataan 17 .....	77
Tabel 44. Variabel Y Pernyataan 18 .....	78
Table 45. Hasil Perhitungan Uji Korelasi .....	79

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Peringkat Media Sosial .....	2
Gambar 2. Web Series Tropicana Slim .....	3
Gambar 3. Web Series Line "Ramadhan" .....	3
Gambar 4. Web Series Axe : Kostan AX 3.....	4
Gambar 5. Model Respon Kognitif.....	24

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Surat Riset
- Lampiran B Lembar Kuesioner
  - Tabel Induk
  - Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y
- Lampiran C Daftar Riwayat Hidup
  - Bukti Pengumpulan Data Kepada Responden