



Judul Tugas Akhir Skripsi:

EFEKTIVITAS IKLAN SEPATU MILLS *VOLTASALA PRO APEX BBS ELITE* EDISI BAYU SAPTAJI TERHADAP MINAT BELI (STUDI PADA *FOLLOWERS INSTAGRAM @millssportid*)

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

Nama : Hafizh Mumtaz

NIM : 2110411076



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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Hafizh Mumtaz
NIM : 2110411076
Program Studi : S1-Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, Desember 2025

Yang menyatakan,



(Hafizh Mumtaz)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKSI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Hafizh Mumtaz
NIM : 2110411076
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:

EFEKTIVITAS IKLAN SEPATU MILLS *VOLTASALA PRO APEX BBS ELITE* EDISI BAYU SAPTAJI TERHADAP MINAT BELI (Studi pada *followers Instagram @millssportid*)

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 : 16 Des 2025

Yang menyatakan,



Hafizh Mumtaz

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Hafizh Muntaz
NIM : 2110411076
PROGRAM STUDI : SI-Ilmu Komunikasi
JUDUL : EFEKTIVITAS IKLAN SEPATU MILLS *VOLTASALA PRO APEX BBS ELITE* EDISI BAYU SAPTAJI TERHADAP MINAT BELI (studi pada *followers Instagram @millsportid*)

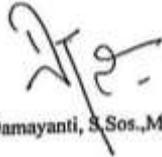
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom., M.Si.

Penguji 1



Dr. Damayanti, S.Sos.,M.Si.

Penguji 2



Lusiana Handayani, S.I.Kom., M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Ujjanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 09 Januari 2026

EFEKTIVITAS IKLAN SEPATU MILLS *VOLTASALA PRO APEX BBS ELITE* EDISI BAYU SAPTAJI TERHADAP MINAT BELI (STUDI PADA *FOLLOWERS INSTAGRAM @millssportid*)

HAFIZH MUMTAZ

ABSTRAK

Perkembangan era digital mendorong brand memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama komunikasi pemasaran. Mills sebagai brand olahraga lokal mempromosikan sepatu futsal Voltasala Pro Apex BBS Elite edisi Bayu Saptaji melalui *instagram @milssportid*. Penggunaan figur Bayu Saptaji yang dianggap telah melewati masa puncak karier menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas iklan tersebut dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas iklan sepatu Mills Voltasala Pro Apex BBS Elite edisi Bayu Saptaji terhadap minat beli *followers instagram @millssportid*. Efektivitas iklan diukur berdasarkan Teori A-T-R (*Awareness, Trial, dan Reinforcement*), sedangkan minat beli diukur melalui dimensi minat transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Sampel sebanyak 204 responden dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner *google form*. Analisis menggunakan teknik statistik regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS statistics versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan sepatu Mills Voltasala Pro Apex BBS Elite edisi Bayu Saptaji dinilai efektif dan memiliki pengaruh positif sebesar 62,5% terhadap minat beli *followers instagram @millssportid*, sedangkan sisanya sebesar 37,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa iklan dengan figur atlet futsal yang telah melewati masa puncak karirnya masih efektif dalam mendorong minat beli konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan strategi komunikasi pemasaran digital pada brand olahraga lokal.

Kata Kunci: Efektivitas iklan, *Instagram*, Minat beli

**ADVERTISING EFFECTIVENESS OF MILLS VOLTASALA PRO APEX
BBS ELITE FOOTWEAR FEATURING BAYU SAPTAJI ON PURCHASE
INTENTION (STUDY CASE AMONG @millssportid INSTAGRAM
FOLLOWERS)**

HAFIZH MUMTAZ

ABSTRACT

The advancement of the digital era has encouraged brands to utilize social media as a primary medium for marketing communication. Mills, a local sports brand, promotes the Voltasala Pro Apex BBS Elite futsal shoes, Bayu Saptaji edition, through its Instagram account @millssportid. The use of Bayu Saptaji, who is perceived to have passed his peak athletic career, raises questions regarding the effectiveness of such advertising in influencing consumers' purchase intention. This study aims to examine the effectiveness of the advertisement of Mills Voltasala Pro Apex BBS Elite futsal shoes on the purchase intention of Instagram followers. This study employs a quantitative explanatory approach. Data were collected from 204 respondents using a purposive sampling technique through an online questionnaire. Advertising effectiveness was measured based on the A-T-R Theory (Awareness, Trial, and Reinforcement), while purchase intention was assessed through transactional, referential, preferential, and exploratory dimensions. Data analysis was conducted using simple linear regression with the assistance of SPSS Statistics version 23. The results indicate that the advertisement is effective and has a positive influence of 62.5% on purchase intention, while the remaining 37.5% is influenced by other factors beyond this study. These findings suggest that advertisements featuring futsal athletes who have passed their peak careers remain effective in stimulating purchase intention. This study contributes to the development of digital marketing communication strategies for local sports brands.

Keywords: Advertising effectiveness, Instagram, Purchase intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas, segala ridho dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang memiliki judul "EFEKTIVITAS IKLAN SEPATU MILLS VOLTASALA PRO APEX BBS ELITE EDISI BAYU SAPTAJI TERHADAP MINAT BELI (STUDI PADA *FOLLOWERS INSTAGRAM @millssportid*)". skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Selama proses penyusunan tugas akhir skripsi ini tentu menyadari bahwa selama penyusunan tugas akhir ini apabila tanpa doa, bantuan, dukungan bimbingan, dan motivasi dari segala pihak, penyusunan tugas akhir ini tidak mungkin terwujud sebagaimana mestinya. Kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga tercinta, Ayah (Imam Suyadi), Mamah (Mutmainah Purwakasari), Kakak (Dhiya Az zahra), dan Saudara Kembar (Hana Mumtaz) yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan serta selalu mendoakan sehingga mampu menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi dengan baik.
2. Ibu Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom., M.Si. selaku dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan membimbing dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini.
3. Ibu Dr. Damayanti, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji 1 dan Ibu Lusia Handayani, S.I.Kom., M.Si. selaku dosen penguji 2, yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang sangat berharga, serta dengan penuh perhatian memberikan koreksi, rekomendasi, dan arahan sehingga dalam proses penyempurnaan tugas akhir skripsi ini dapat tersusun secara lebih baik dan sistematis.
4. Para responden yang telah bersedia untuk membantu mengisi kuesioner penelitian sehingga membantu kelancaran penelitian ini.

Jakarta, 16 Desember 2025

Hafizh Mumtaz

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Teori Penelitian	24
2.2.1 Teori ATR (<i>Awareness, Trial, Reinforcement</i>)	24
2.3 Konsep Penelitian.....	25
2.3.1 Komunikasi Pemasaran.....	25
2.3.2 Iklan	28
2.3.3 Efektivitas Iklan.....	28
2.3.4 Media Sosial	30
2.3.5 Media Sosial <i>Instagram</i>	31
2.3.6 Minat Beli	32
2.3.7 Sepatu Olahraga.....	33
2.4 Kerangka Berpikir	34

2.5 Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Objek Penelitian	37
3.2 Jenis Penelitian	37
3.3 Definisi Operasional Variabel	38
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	42
3.4.1 Populasi Penelitian.....	42
3.4.2 Sampel Penelitian	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Sumber Data	45
3.6.1 Data Primer	45
3.6.2 Data Sekunder.....	45
3.7 Uji Validitas	46
3.8 Uji Reliabilitas	48
3.9 Metode Analisis Data	50
3.9.1 Uji Normalitas.....	50
3.9.2 Uji Regresi Linear.....	51
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi	51
3.9.4 Uji Hipotesis	52
3.10 Tabel Waktu Penelitian	53
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Karakteristik Responden	54
4.2.2 Data Analisis Variabel X (Efektivitas Iklan)	56
4.2.2 Data Analisis Variabel Y (Minat Beli).....	67
4.3 Analisis Penelitian	74
4.3.1 Analisis Hasil Uji Normalitas	74
4.3.2 Analisis Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	74
4.3.3 Analisis Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	76
4.3.4 Uji Hipotesis (Uji T)	77
4.4 Pembahasan Penelitian	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	95
5.2.1 Saran Praktis	95
 DAFTAR PUSTAKA	 97
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel X (Efektivitas Iklan).....	38
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel Y (Minat Beli).....	40
Tabel 4. Nilai Likert.....	45
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	47
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	48
Tabel 7. Tabel Rencana Waktu.....	53
Tabel 8. Data Responden (N = 204).....	55
Tabel 9. Data Jenis Kelamin Responden (N = 204).....	55
Tabel 10. Data Profesi Responden (N = 204).....	56
Tabel 11. Pernyataan Variabel X1 Dimensi Pesan (N = 204).....	57
Tabel 12. Pernyataan Variabel X2 Dimensi Pesan (N = 204).....	57
Tabel 13. Pernyataan Variabel X3 Dimensi Pesan (N = 204).....	58
Tabel 14. Pernyataan Variabel X4 Dimensi Pesan (N = 204).....	59
Tabel 15. Pernyataan Variabel X5 Dimensi Pesan (N = 204).....	60
Tabel 16. Pernyataan Variabel X6 Dimensi Pesan (N = 204).....	60
Tabel 17. Pernyataan Variabel X7 Dimensi Komunikator (N = 204).....	61
Tabel 18. Pernyataan Variabel X8 Dimensi Komunikator (N = 204).....	62
Tabel 19. Pernyataan Variabel X9 Dimensi Komunikator (N = 204).....	62
Tabel 20. Pernyataan Variabel X10 Dimensi Media (N = 204).....	63
Tabel 21. Pernyataan Variabel X11 Dimensi Media (N = 204).....	63
Tabel 22. Pernyataan Variabel X12 Dimensi Target (N = 204).....	64
Tabel 23. Pernyataan Variabel X13 Dimensi Target (N = 204).....	65
Tabel 24. Pernyataan Variabel X14 Dimensi Target (N = 204).....	65
Tabel 25. Pernyataan Variabel X15 Dimensi Target (N = 204).....	66
Tabel 26. Pernyataan Variabel Y1 Dimensi Minat Transaksional (N = 204).....	67
Tabel 27. Pernyataan Variabel Y2 Dimensi Minat Transaksional (N = 204).....	68
Tabel 28. Pernyataan Variabel Y3 Dimensi Minat Referensial (N = 204).....	69
Tabel 29. Pernyataan Variabel Y4 Dimensi Minat Referensial (N = 204).....	69
Tabel 30. Pernyataan Variabel Y5 Dimensi Minat Preferensial (N = 204).....	70
Tabel 31. Pernyataan Variabel Y6 Dimensi Minat Preferensial (N = 204).....	71
Tabel 32. Pernyataan Variabel Y7 Dimensi Minat Eksploratif (N = 204).....	71
Tabel 33. Pernyataan Variabel Y8 Dimensi Minat Eksploratif (N = 204).....	72
Tabel 34. Pernyataan Variabel Y9 Dimensi Minat Eksploratif (N = 204).....	72
Tabel 35. Pernyataan Variabel Y10 Dimensi Minat Eksploratif (N = 204).....	73
Tabel 36. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov).....	74
Tabel 37. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	75
Tabel 38. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	76
Tabel 39. Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	77
Tabel 40 Hasil Karakteristik Responden.....	79
Tabel 41 Rata-Rata Skor Dimensi Pesan.....	79
Tabel 42 Rata-rata Skor Dimensi Komunikator.....	81
Tabel 43 Rata-rata Skor Dimensi Media.....	82
Tabel 44 Rata-rata Skor Dimensi Target.....	83
Tabel 45 Rata-rata Skor Dimensi Minat Transaksional.....	85
Tabel 46 Rata-Rata Skor dimensi Minat Referensial.....	85
Tabel 47 Rata-rata Skor Dimensi Minat Preferensial.....	87

Tabel 48 Rata-rata Skor Dimensi Minat Eksploratif	88
Tabel 49 Rata-rata Skor Variabel X	89
Tabel 50 Rata-rata Skor Variabel Y	90
Tabel 51 Hasil Skor Variabel X dan Y.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengguna Iklan Media Sosial di Indonesia tahun 2019 – 2028	2
Gambar 2. Pengguna media sosial di Indonesia tahun 2020 – 2029.....	3
Gambar 3. Media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia	3
Gambar 4. Data Persebaran Sektor Industri	5
Gambar 5. Model Iklan Sepatu Futsal Astro Spartan MK Prime IN-Mills....	6
Gambar 6. Model Iklan Sepatu Futsal Voltasala Vista Flame Albagir	7
Gambar 7. Iklan Sepatu Futsal Voltasala Pro Apex BBS Elite	8
Gambar 8. Caption iklan sepatu sepatu futsal Voltasala Pro Apex BBS Elite	8
Gambar 9. Comment iklan sepatu sepatu futsal Voltasala Pro Apex BBS Elite.....	9
Gambar 10. Kerangka Berpikir Penelitian	35
Gambar 11. Tampilan Instagram @millssportid.....	43
Gambar 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	49
Gambar 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kontrak Penulisan Skripsi	102
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Skripsi	102
Lampiran 3. Lembaran Persetujuan Sidang Skripsi	103
Lampiran 4. Diagram Klasifikasi Usia Responden	103
Lampiran 5. Diagram Klasifikasi Jenis Kelamin Responden	104
Lampiran 6. Diagram Klasifikasi Profesi Responden	104
Lampiran 7. Kuesioner Penelitian Variabel X	104
Lampiran 8. Kuesioner Penelitian Variabel Y	106
Lampiran 9. Tabulasi Data Variabel X	107
Lampiran 10. Tabulasi Data Variabel Y	113
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y	118
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	118
Lampiran 13. Hasil Uji Hipotesis	119
Lampiran 14. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	119
Lampiran 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi	119
Lampiran 16. Hasil Turnitin	120
Lampiran 17 Riwayat Hidup	128