



Judul Skripsi:

**PENGARUH TERPAAN IKLAN VIVO V15 DI TELEVISI TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN**

(Survei pada penyuka Vivo Indonesia di *Group Line*)

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

Nama : Rivaldo Pardamean

Nim : 1610411157



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

**TERUSLAH BERLARI MENGEJAR
MIMPIMU, HINGGA SUARA CEMOOHAN
DAN HINAAN KEPADA MU ITU BERUBAH
MENJADI TEPUK TANGAN**

(Rivaldo Pardamean)

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Rivaldo Pardamean

NRP : 1610411157

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, Januari 2019

Yang menyatakan,



Rivaldo Pardamean

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Rivaldo Pardamean

NIM : 1610411157

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Advertising

Judul Skripsi : **"Pengaruh Terpaan Iklan Vivo V15 di Televisi terhadap Minat Beli Konsumen"**

(Survei pada penyuka Vivo Indonesia di *Group Line*)

Telah berhasil dipertahankan dihadapkan 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 I



(Dr. Ispawati Asri, M.Si.)

Pembimbing II



(Puri Bestari Mardani, S.Hum.,M.Si.)

Ketua Program Studi



(Intan Putri Cahyani, M.I.Kom)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 17 Juli 2020

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya. Sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Serta tidak lupa Shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan dunia dan akhirat baginda Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini diajukan dengan judul **“PENGARUH TERPAAN IKLAN VIVO V15 DI TELEVISI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN” (Survei kepada penyuka Vivo Indonesia di Group Line)** sebagai syarat memperoleh gelar sarjan di jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Univeristas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dorongan dan semangat banyak pihak yang sangat membantu penulis. Maka dari itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Dr. Ispawati Asri., M.Si. Dosen Pembimbing Utama atas bimbingan dan arahan beliau dalam proses penyelesaian skripsi ini.
2. Puri Bestari Mardani., S.Hum.,M.Si. Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan sebuah masukan mengenai penulisan yang baik dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Dr. Kusumajanti, PLH. Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Kak Intan Putri Cahyani Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
5. Orang Tua Penulis yakni, Relan Tobing dan AS Ilma, serta Adik Penulis Icha Tiurlan. Yang selalu mendoakan, mensupport full untuk tetap maju, dan memberitahu tidak boleh terlalu stress.
6. Mas Windhi Tia Saputra, selaku Dosen Advertising yang telah membantu banyak dalam penyusunan, dan ilmu-ilmu dalam periklanan selama 4 tahun.

7. Siti Nur Khafidoh, yang selalu memberikan support dan bawelanNya, agar skripsi ini bisa rampung dan membantu menyebarkan kuesioner.
8. Reza Akbar selaku sohib yang, selalu menghibur dikala mengerjakan skripsi ini sedang mengamali stres yang berlebihan.
9. Teman-teman mahasiswa/i bimbingan Ibu Ispawati : Anriko Caesar, Ainun, Cindy, Eva, Evan, Genta, Rida, Shabrina, dan Tasya. Dan seluruh teman-teman Periklanan dan Ilmu Komunikasi 2016 seperjuangan yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per-satu, dimana dalam proses penyusuna, sidang, dan revisian selalu mensupport agar penyelesaian skripsi ini dan saling membantu satu sama lain.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna, namun penulis sangat berharap hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya mahasiswa/i UPN “Veteran” Jakarta

Jakarta, 13 Desember 2019

Rivaldo Pardamean

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
Abstrak	v
<i>Abstract</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Konsep-Konsep Penelitian	9
2.2.1 Komunikasi Massa	9
2.3 Periklanan	11
2.3.1 Terpaan Iklan	14
2.3.2 TujuannPeriklanan	17
2.4 Televisi	18
2.5 Minat Beli	20
2.6 Konsumen	22
2.7 Teori Penelitian	23

2.7.1 Teori S-O-R	23
2.9 Kerangka Berfikir.....	26
2.10 Hipotesis.....	27
2.11 Operasionalisasi Variabel.....	28
BAB III.....	29
METODELOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Metodologi Penelitian	29
3.1.1 Pendekatan Penelitian	29
3.1.2 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1 Populasi.....	30
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1 Data Primer	32
3.3.2 Data Sekunder	32
3.3.3 Menyebarkan Kuesioner	33
3.3.4 Operasional Variabels	34
3.4 Metode Analisi Data	35
3.4.1 Uji Validitas.....	35
3.4.2 Uji Reliabilitas	36
3.4.3 Uji Korelasi.....	37
3.4.4 Uji Regresi	38
3.4.5 Uji Koefisien Determinasi	39
3.4.5 Uji Hipotesis	39
3.4.6 Hasil <i>Pre-test</i>	40
3.4.7 Hasil Uji Validitas	40
3.4.8 Hasil Uji Reliabilitas	42
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	43
BAB IV.....	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	44
4.1.1	Sejarah Singkat Vivo	44
4.2	Hasil Penelitian	45
4.2.1	Karakteristik Responden	45
4.2.2	Data Analisis Variabel X	47
4.2.3	Data Analisis Variabel Y	56
4.2.4	Hasil Uji Korelasi	64
4.2.5	Hasil Uji Regresi	65
4.2.6	Uji Determinasi	66
4.2.7	Uji Hipotesis	67
4.3	Pembahasan	68
BAB V	73
KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	0
LAMPIRAN	0

DAFTAR TABEL

Table 1. Penelitian Terdahulu.....	6
Table 2. Operasionalisasi Variabel.....	28
Table 3. Pembobotan Skala Likert	34
Table 4. Skala Pengukuran Relibilitas	36
Table 5. Hasil Pretest	40
Table 6. Uji Validitas X Terpaan Iklan.....	41
Table 7. Uji Validitas Y Minat Beli	42
Table 8. Uji Reliabilitas Variabel X Terpaan Iklan.....	42
Table 9. Uji Reliabilitas Variabel Y Minat Beli	43
Table 10. Periode Waktu Penelitian	43
Table 11. Jenis Responden	45
Table 12. Usia Responden	46
Table 13. Pekerjaan	46
Table 14. Gaji / Pendapatan.....	47
Table 15. Apakah anda pernah melihat iklan Vivo V15 versi (Afgan Syahreza dan Maudy Ayunda	47
Table 16. Pernyataan 1,	48
Table 17. Pernyataan 2,	49
Table 18. Pernyataan 3,	50
Table 19. Pernyataan 4,	51
Table 20. Pernyataan 5,	52
Table 21. Pernyataan 6,	53
Table 22. Pernyataan 7,	54
Table 23. Pernyataan 8,	55
Table 24. Pernyataan 9,	56
Table 25. Pernyataan 10,	57
Table 26. Pernyataan 11,	58
Table 27. Pernyataan 12,	59
Table 28. Pernyataan 13,	60
Table 29. Pernyataan 14,	61
Table 30. Pernyataan 15,	62
Table 31. Pernyataan 16,	63
Table 32. Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi.....	64
Table 33. Hasil Perhitungan Uji Korelasi	64
Table 34. Hasil Perhitungan Uji Regresi	65
Table 35. Hasil Uji Koefisien Determinasi	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rating pemasaran smartphone di Indonesia.....	2
Gambar 2. Teori S – O – R	27
Gambar 3. Logo Vivo	48