



Judul Skripsi :

**PENGARUH TERPAAN IKLAN YOUTUBE VERSI “CERITA LOGO”
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BUKALAPAK**

(Survei Pada *followers* Akun Instagram @Bukalapak)

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

Nama : Yulio

NIM : 1610411130



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAKARTA
2020**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Yulio

NIM 1610411130

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 1 Juni 2020

Yang menyatakan,



Yulio

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Yulio
NIM : 1610411130
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Advertising*
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Youtube versi “Cerita Logo” terhadap Loyalitas Pelanggan Bukalapak (Survei pada *followers* akun Instagram @Bukalapak).

Bahwa penulis skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing I maupun Pembimbing II skripsi dan Ketua Program Studi, sebagai 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



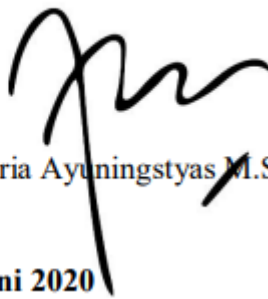
(Intan Putri Cahyani S.I.Kom, M.I.Kom)

Pembimbing II



(Puri Bestari M., M. Si.)

Ketua Program Studi



(Dr. Fitria Ayuningstyas M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : ... Juni 2020

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yulio

NPM/NIP : 1610411130

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

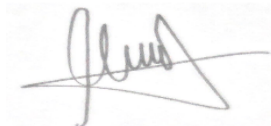
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta atas karya ilmiah saya berjudul:

**PENGARUH TERPAAN IKLAN YOUTUBE VERSI “CERITA LOGO”
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BUKALAPAK (SURVEI PADA
FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @BUKALAPAK)**

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjaditanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Jakarta, 1 Juni 2020



Yulio

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, saya mengucapkan syukur yang sebesar-besarnya kepada Tuhan Yesus Kristus Yang Maha Esa, Ia telah membimbing serta mengizinkan saya untuk menyelesaikan proposal saya ini yang berjudul **Pengaruh Terpaan Iklan Youtube versi ‘Cerita Logo’ Terhadap Loyalitas Pelanggan Bukalapak (Survei pada *followers* Instagram Akun @Bukalapak)** sebagai salah satu syarat saya untuk lanjut ke tahap selanjutnya. Dalam penulisan proposal ini, peneliti sangat mendapat banyak motivasi dan dukungan semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan tulus penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus Yang Maha Esa, atas segala Rahmat-Nya.
2. Dr. R. Dudy Heryadi, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
3. Dr. Fitria Ayuningstiyas M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jakarta.
4. Intan Putri Cahyani S.I.Kom, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing 1 saya sampai sidang skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan.
5. Puri Bestari M., M. Si., selaku Dosen Pembimbing 2 saya yang telah membimbing dan membantu saya dalam penyelesaian penulisan.
6. Kedua Orang Tua saya yang Tercinta, Na Mie Hwa dan Denny Tan, yang selalu memberi mendukung dan memberi saya semangat serta membesarkan saya hingga sampai saat ini.
7. Kakak dan adik saya, Yudhi Prawira dan Zefanya Nathania Rachel, yang menemani hari-hari saya di Rumah.
8. Seluruh teman-teman saya yang ada di kampus, terima kasih banyak telah saling *support* dalam mengerjakan penelitian ini.
9. Dan juga kepada penguji yang membimbing saya, Dra. Rini Riyantini, M.

Si., terima kasih telah memberi revisi dan membimbing untuk pembuatan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkn masukan serta kritik yang membangun guna untuk memperbagus penelitian ini. Dan semoga penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi siapapun kedepannya.

Akhir kata, saya sangat berharap skripsi ini dapat berguna bagi orang lain dan dapat membantu dimanapun mereka yang membutuhkan.

Jakarta, 1 Juni 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Yulio', written over a light gray rectangular background.

Yulio

**PENGARUH TERPAAN IKLAN YOUTUBE VERSI “CERITA LOGO”
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BUKALAPAK
(Survei Pada *followers* akun Instagram @Bukalapak)**

Yulio

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh terpaan iklan Youtube versi “Cerita Logo” terhadap Loyalitas Pelanggan Bukalapak. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan iklan Youtube versi “Cerita Logo” terhadap loyalitas pelanggan Bukalapak, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Kemungkinan Elaborasi. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @Bukalapak, untuk sampel menggunakan rumus Lemeshow yang kemudian diperoleh sebanyak 96 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 for Windows. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi didapatkan hasil pengaruh terpaan iklan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 32,1%, sedangkan sisanya 67,9% adalah pengaruh oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} 6,646 > t_{tabel} 1,665$, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai R yang didapatkan melalui uji korelasi sebesar 0,567 yang berada pada kategori nilai interpretasi koefisien korelasi menunjukkan tingkat pengaruh yang cukup kuat. Maka, dapat diketahui dan disimpulkan bahwa terpaan iklan Youtube versi “Cerita

Logo” memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap loyalitas pelanggan Bukalapak pada *followers* akun Instagram @Bukalapak.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Loyalitas Pelanggan, Periklanan, Terpaan Iklan, Youtube.

**THE EFFECT OF YOUTUBE AD EXPOSURE VERSION OF "LOGO
STORIES"
TOWARDS BUKALAPAK CUSTOMER LOYALTY
(Survey on followers of the Instagram account @ Bukukapak)**

Yulio

ABSTRACT

This study discusses the effect of Youtube ad exposure version of "Logo Stories" towards Bukalapak customer loyalty. The purpose of this study is to determine whether there is an influence of the Youtube ad exposure version of "Logo Stories" towards Bukalapak customer loyalty, and to find out how much influence. The theory used in this research is Elaboration Likelihood Theory. The method used is a quantitative research method. Data collection is done by distributing questionnaires. The population in this study were followers of @Bukalapak Instagram account, for samples using the Lemeshow formula which were then obtained as many as 96 respondents. The sampling technique used in this study is the purposive sampling technique. Data processing in this study uses SPSS version 25 for Windows. Based on the calculation of the coefficient of determination obtained the effect of ad exposure on customer loyalty by 32.1%, while the remaining 67.9% is the influence of other variables not examined in this study. The results of testing the hypothesis using the t test showed that $t \text{ count } 6.646 > t \text{ table } 1.665$, it can be concluded that H_0 was rejected and H_a was accepted. R value obtained through the correlation test of 0.567 which is in the category of interpretation of the correlation coefficient shows a fairly strong level of influence. So, it can be known and concluded that the Youtube ad exposure version "Logo Stories" has a strong enough influence on the customer loyalty of the Bukalapak on followers of @Bukalapak Instagram account.

Keywords: Advertising, Ad Exposure, Customer Loyalty, Marketing Communication, Youtube.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Konsep-konsep Penelitian	17
2.2.1 Periklanan dalam Komunikasi Pemasaran	17
2.2.2 Terpaan Iklan	19
2.2.3 Youtube	19
2.2.4 Loyalitas Pelanggan	20
2.3. Elaboration Likelihood Theory (Teori Kemungkinan Elaborasi)	21
2.4 Kerangka Berpikir	25

2.5 Hipotesis	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
3.1. Metodologi Penelitian	27
3.1.1. Pendekatan Penelitian	27
3.1.2. Jenis Penelitian	28
3.1.3. Metode Penelitian	28
3.2. Populasi Dan Sampel	28
3.2.1. Populasi	28
3.2.2. Sampel	28
3.3. Metode Pengumpulan Data	30
3.3.1. Data Primer	30
3.3.2. Data Sekunder	31
3.4. Metode Analisis Data	31
3.4.1. Operasional Variabel	31
3.4.2. Uji Validitas	33
3.4.3. Uji Reliabilitas	34
3.4.4. Uji Asumsi Klasik	35
3.4.5. Uji Korelasi	35
3.4.6. Koefisiensi Determinasi	36
3.4.7. Uji Regresi	37
3.4.8. Uji Hipotesis	37
3.5. Waktu dan Lokasi Penelitian	38
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	39
4.1.1. Sejarah Bukalapak	39
4.1.2. Logo	40
4.1.3. Visi dan Misi Bukalapak	40
4.2. Hasil Penelitian	41

4.2.1. Karakteristik Responden	42
4.2.2. Analisis Pernyataan Variabel X	47
4.2.3. Analisis Pernyataan Variabel Y	60
4.2.4. Analisis Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov)	74
4.2.5. Analisis Hasil Uji Korelasi	75
4.2.6. Analisis Hasil Uji Koefisien Determinasi	77
4.2.7. Analisis Hasil Uji Regresi	78
4.2.8. Analisis Hasil Uji Hipotesis	79
4.3. Pembahasan	80
BAB V	87
KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1. Kesimpulan	87
5.2. Saran	88
5. 2. 1. Saran Akademis	88
5. 2. 2. Saran Praktis	89
DAFTAR PUSTAKA	91
Buku :	91
Jurnal :	93
Sumber lain :	93
Lampiran A. Cek Turnitin	94
Lampiran B1. Lembar Kuesioner <i>Google Form</i>	95
Lampiran B2. Tampilan Kuesioner <i>Google Form</i>	103
Lampiran C. Tabel Induk Data Penelitian	109
Lampiran D1. Uji Validitas Variabel X (Terpaan Iklan)	113
Lampiran D2. Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	116
Lampiran E1. Uji Reliabilitas Variabel X (Terpaan Iklan)	119
Lampiran E2. Uji Reliabilitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	120
Lampiran F. Riwayat Hidup	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Penetrasi Pengguna Digital di Indonesia	1
Gambar 1.2	Penetrasi Pengguna Internet dan Aktivitas E-commerce di Indonesia Bulan Januari 2020	3
Gambar 1.3	Top E-Commerce berdasarkan Ranking PlayStore Kuartal I 2017-Kuartal II 2019	4
Gambar 1.4	Tangkapan Layar Video Iklan Bukalapak ‘Cerita Logo.’ di YouTube	7
Gambar 4.1.	Logo Bukalapak	37

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pembobotan Skor Skala Ordinal	30
Tabel 3.2 Operasional Variabel X	31
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Y	32
Tabel 3. 4. Tabel Alpha Cronbach	35
Tabel 3.5 Nilai Koefisien (Korelasi R)	36
Tabel 3.6 Tahapan Kegiatan Penelitian	38
Tabel 4. 1. Usia Responden	43
Tabel 4. 2. Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 3. Pekerjaan Responden	44
Tabel 4. 4. Berapa jam dalam sehari mengakses Youtube	45
Tabel 4. 5. Kapan terakhir kali anda mengakses Youtube	45
Tabel 4. 6. Pernah melihat iklan Bukalapak versi “Cerita Logo” di Youtube	46
Tabel 4. 7. Responden merupakan pelanggan Bukalapak, baik sebagai pembeli atau penjual	47
Tabel 4. 8. X1	48
Tabel 4. 9. X2	49
Tabel 4. 10. X3	50
Tabel 4. 11. X4	51
Tabel 4. 12. X5	52
Tabel 4. 13. X6	53
Tabel 4. 14. X8	54
Tabel 4. 15. X9	55
Tabel 4. 16. X11	56
Tabel 4. 17. X12	57
Tabel 4. 18. X13	58
Tabel 4. 19. X14	59
Tabel 4. 20. Y1	60
Tabel 4. 21. Y2	61
Tabel 4. 22. Y3	62
Tabel 4. 23. Y4	64
Tabel 4. 24. Y5	65

Tabel 4. 25. Y6	66
Tabel 4. 26. Y7	67
Tabel 4. 27. Y8	68
Tabel 4. 28. Y9	69
Tabel 4. 29. Y10	70
Tabel 4. 30. Y11	71
Tabel 4. 31. Y12	72
Tabel 4. 32 Y13	73
Tabel 4. 33. Tabel Uji Normalitas	75
Tabel 4. 34. Nilai Koefisien Korelasi	75
Tabel 4. 35. Hasil Uji Korelasi	76
Tabel 4. 36. Koefisien determinasi	77
Tabel 4. 37. Uji Regresi	78
Tabel 5. 1. Variabel X	109
Tabel 5. 2. Variabel Y	111
Tabel 5. 3. Tabel Uji Validitas Variabel X Pernyataan	113
Tabel 5. 4. Tabel Uji Validitas Variabel X SPSS Lengkap	114
Tabel 5. 5. Tabel Uji Validitas Variabel Y Pernyataan	116
Tabel 5. 6. Tabel Uji Validitas Variabel Y SPSS Lengkap	117
Tabel 5. 7. Tabel Uji Reliabilitas Variabel X	119
Tabel 5. 8. Tabel Uji Reliabilitas Variabel Y	120

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Cek Turnitin	94
Lampiran B1. Lembar Kuesioner <i>Google Form</i>	95
Lampiran B2. Tampilan Kuesioner <i>Google Form</i>	103
Lampiran C. Tabel Induk Data Penelitian	109
Lampiran D1. Uji Validitas Variabel X (Terpaan Iklan)	113
Lampiran D2. Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	116
Lampiran E1. Uji Reliabilitas Variabel X (Terpaan Iklan)	119
Lampiran E2. Uji Reliabilitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	120
Lampiran E. RIWAYAT HIDUP	120