



**TERPAAN IKLAN TOKOPEDIA VERSI “SEMUA DIMULAI
DARI TOKOPEDIA” TERHADAP PERILAKU KONSUMEN**

**(Survey Pada Warga Lebak Bulus Rw.01 Cilandak - Jakarta
Selatan)**

SKRIPSI

PUNDHY AUDIA THARFIE

1310 411 140

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2017



**TERPAAN IKLAN TOKOPEDIA VERSI “SEMUA DIMULAI
DARI TOKOPEDIA” TERHADAP PERILAKU KONSUMEN**

**(Survey Pada Warga Lebak Bulus Rw.01 Cilandak - Jakarta
Selatan)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

PUNDHY AUDIA THARFIE

1310 411 140

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Pundhy Audia Tharfie

NRP : 1310411140

Tanggal : 12 Juli 2017

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

Jakarta, 12 Juli 2017

Yang Menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a green and yellow postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL', '6000', and 'ENAM RIBU RUPIAH'. The signature is written in a cursive style.

Pundhy Audia Tharfie

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Pundhy Audia Tharfie

NRP : 1310411140

Tanggal : 12 Juli 2017

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 berjudul:

“TERPAAN IKLAN TOKOPEDIA VERSI ‘SEMUA DIMULAI DARI TOKOPEDIA’ TERHADAP PERILAKU KONSUMEN (survey pada warga Lebak Bulus Rw.01 Cilandak - Jakarta Selatan)”

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 : 12 Juli 2017

Yang Menyatakan,



Pundhy Audia Tharfie

PENGESAHAN

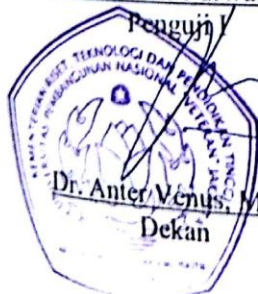
Skripsi diajukan oleh :
Nama : Pundhy Audia Tharfie
NRP : 1310411140
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : TERPAAN IKLAN TOKOPEDIA VERSI "SEMUA
DIMULAI DARI TOKOPEDIA" TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN (Survei pada warga Lebak
Bulus RW.01 Cilandak Jakarta Selatan)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan 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.

Drs. Aan Setiadarma, M.Si
Ketua Penguji

Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Pengujian



Dr. Anter Venus, M.A.Comm
Dekan

Dr. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si
Pengujian II

Damayanti, S.Sos, M.Si
Kepala Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 12 Juli 2017

TERPAAN IKLAN TOKOPEDIA VERSI “SEMUA DIMULAI DARI TOKOPEDIA” TERHADAP PERILAKU KONSUMEN

(Survei pada warga Lebak Bulus Rw.01 Cilandak Jakarta Selatan)

PUNDHY AUDIA THARFIE

ABSTRAK

Tokopedia kini meluncurkan sebuah iklan versi “Semua dimulai dari Tokopedia” yang bertujuan untuk menarik konsumen. Tokopedia menciptakan iklan versi baru ini bertujuan agar terpaan iklan Tokopedia mempengaruhi perilaku konsumen. Tokopedia meluncurkan iklan terbarunya yaitu “Semua dimulai dari Tokopedia”, Tokopedia menginginkan masyarakat agar menggunakan internet untuk memajukan dan meningkatkan kualitas hidup mereka. Iklan Tokopedia versi “Semua dimulai dari Tokopedia” merupakan sebuah awal dimana banyak hal-hal baik terjadi kepada orang yang memang berpikir maju, dimulai dengan ponsel yang terhubung dengan jaringan. Saat ini masih banyak masyarakat Indonesia yang masih belum bisa menikmati jaringan telekomunikasi yang bagus. Dengan adanya iklan Tokopedia versi “Semua dimulai dari Tokopedia”, penggunaannya bisa melakukan banyak hal seperti beli segala macam fashion wanita dan pria, beli alat elektronik, beli pulsa, token listrik, BPJS tanpa perlu keluar rumah jauh-jauh, bisa membeli tiket kereta tanpa pergi ke stasiun bahkan bisa bayar TV kabel dan angsuran kredit. Pihak pemasang iklan mengharapkan bahwa iklan yang disampaikan melalui media televisi di harapkan dapat menarik perhatian dan menimbulkan minat beli sehingga dapat merubah perilaku konsumen tersebut. Terpaan iklan Tokopedia yang dapat mempengaruhi motivasi, persepsi, konsep diri, dan kepercayaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif, jenis penelitian *eksplanatif*, dan metode penelitian ini menggunakan metode survei. populasi penelitian ini adalah warga Lebak Bulus Rw.01 Cilandak Jakarta Selatan sebanyak 3744 orang dengan sampel penelitian 97 orang dari rumus *yamane*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Korelasi antara Terpaan Iklan dengan Perilaku Konsumen yaitu sangat tinggi. Uji Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa 54,4% Perilaku Konsumen dipengaruhi oleh Faktor variabel Terpaan Iklan. Uji Hipotesis menunjukkan bahwa Terpaan Iklan berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumen.

Kata Kunci : Tokopedia, Terpaan Iklan, Perilaku Konsumen

**TOKOPEDIA ADVERTISING EXPOSURE TO A VERSION OF
"ALL STARTS FROM TOKOPEDIA" OF CONSUMER
BEHAVIOR**
(Survey on the residents of Lebak Bulus Rw. 01 Cilandak, South Jakarta)

PUNDHY AUDIA THARFIE

ABSTRACT

Tokopedia now launched an advertising version of "All starts from Tokopedia" that aims to attract consumers. Tokopedia creates a new version of the advertising aims to let Tokopedia advertising exposure affects consumer behavior. Tokopedia launches his latest advertising that is "All starts from Tokopedia", Tokopedia wants people to use the internet to advance and improve their quality of life. Advertising Tokopedia version of "All starts from Tokopedia" is a beginning where many good things happen to people who did think progress, starting with a mobile phone connected to the network. Currently many societies that Indonesia is still not being able to enjoy a good telecommunications network. With the advertising Tokopedia version of "All starts from Tokopedia", their use can do many things such as buy all of fashion ladies and gentlemen, buy electronics, buy a pulse, electric token, BPJS without need to get out of the House, can purchase tickets without going to the train station even could pay cable TV and installment credit. Advertisers expect that the advertising are delivered through on television would attract attention and elicited interest purchase so it can change the consumer behavior. Tokopedia advertising exposure that may affect motivation, perceptions, concepts of the self, and trust. This research uses a Quantitative approach, the kind of eksplanatif research, and research methods this method using this research population surveys. is a citizen of Lebak Bulus Rw. 01 Cilandak, South Jakarta as much as 3744 people with 97 people from the research sample formulas Yamane. This research uses Regression analysis techniques. The results of this research show that the correlation between advertising exposures with consumer behavior that is very high. A test of the determination of the Coefficient indicates that 54.4% consumer behavior is affected by the variable factor is advertising exposure. Test the hypothesis suggests that exposure to influential Advertising significantly to consumer behavior.

Keywords : Tokopedia, Adertising Exsposure, Consumer Behavior

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul: TERPAAN IKLAN TOKOPEDIA VERSI “SEMUA DIMULAI DARI TOKOPEDIA” TERHADAP PERILAKU KONSUMEN.

Penulisan 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.

Atas selesainya skripsi ini, tidak lupa ucapan terima kasih disampaikan kepada Dr. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan masukan-masukan, keritik serta saran yang sangat bermanfaat dalam pembuatan skripsi. Kepada kedua orang tua, Bapak dan Ibu serta Bintang Wahyu Subekti selaku adik kandung penulis yang selalu membantu penulis untuk mengerjakan skripsi ini. Khususnya juga untuk Abyan Fauzhanuari yang selalu mendukung, memberi semangat dan membantu penulis untuk mengerjakan skripsi. Sahabat-sahabat yang selalu memberi semangat, khususnya Ajeng Dian Islami, Rizky Darmayanti, Ririn Dwi dan Meiliza Putri.

Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, atas semangat dan bantuannya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan semuanya dengan limpahan rahmat dan ridho-Nya yang tak terhingga. Aamiin.

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

Jakarta, 12 Juli 2017

Pundhy Audia Tharfie

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian.....	7
I.4 Manfaat Penelitian.....	7
I.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
II.1 Teori (Landasan Teori).....	10
II.2 Teori Konseptual	16
II.3 Kerangka Berfikir.....	22
II.4 Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
III.1 Pendekatan Penelitian	23
III.2 Jenis Penelitian.....	23
III.3 Metode Penelitian.....	24
III.4 Populasi dan Sampel	24
III.5 Metode Penarikan Sampel.....	25
III.6 Operasional Variabel.....	25
III.7 Metode Pengumpulan Data	30
III.8 Teknik Analisis Data	32
III.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	32
III.10 Metode Analisis Data	37
III.11 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
IV.1 Profil Perusahaan.....	40
IV.2 Deskripsi Data Penelitian	41
IV.3 Hasil Jawaban Responden	43

IV.4	Uji Korelasi	55
IV.5	Uji Koefisien Determinasi.....	56
IV.6	Uji Regresi.....	57
IV.7	Uji Hipotesis.....	58
IV.8	Analisis Pembahasan.....	59
BAB V	PENUTUP.....	60
V.1	Kesimpulan.....	60
V.2	Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Operasional Variabel X.....	27
Tabel 2	Operasional Variabel Y.....	28
Tabel 3	Skala Likert.....	31
Tabel 4	Uji Validitas Variabel X.....	34
Tabel 5	Uji Validitas Variabel Y.....	34
Tabel 6	Cronbach's Alpha.....	36
Tabel 7	Uji Reliabilitas Variabel X.....	36
Tabel 8	Uji Reliabilitas Variabel Y.....	37
Tabel 9	Karakteristik Responden (Jenis Kelamin).....	42
Tabel 10	Karakteristik Responden (Usia).....	42
Tabel 11	Jawaban Responden Pernyataan 1 Variabel (X).....	43
Tabel 12	Jawaban Responden Pernyataan 2 Variabel (X).....	44
Tabel 13	Jawaban Responden Pernyataan 3 Variabel (X).....	44
Tabel 14	Jawaban Responden Pernyataan 4 Variabel (X).....	45
Tabel 15	Jawaban Responden Pernyataan 5 Variabel (X).....	46
Tabel 16	Jawaban Responden Pernyataan 6 Variabel (X).....	46
Tabel 17	Jawaban Responden Pernyataan 7 Variabel (X).....	47
Tabel 18	Jawaban Responden Pernyataan 8 Variabel (X).....	48
Tabel 19	Jawaban Responden Pernyataan 9 Variabel (Y).....	48
Tabel 20	Jawaban Responden Pernyataan 10 Variabel (Y).....	49
Tabel 21	Jawaban Responden Pernyataan 11 Variabel (Y).....	50
Tabel 22	Jawaban Responden Pernyataan 12 Variabel (Y).....	51
Tabel 23	Jawaban Responden Pernyataan 13 Variabel (Y).....	51
Tabel 24	Jawaban Responden Pernyataan 14 Variabel (Y).....	52
Tabel 25	Jawaban Responden Pernyataan 15 Variabel (Y).....	53
Tabel 26	Jawaban Responden Pernyataan 16 Variabel (Y).....	53
Tabel 27	Jawaban Responden Pernyataan 17 Variabel (Y).....	54
Tabel 28	Jawaban Responden Pernyataan 18 Variabel (Y).....	55
Tabel 29	Nilai Korelasi.....	56
Tabel 30	Analisis Hasil Uji Korelasi.....	56
Tabel 31	Uji Determinasi.....	57
Tabel 32	Uji Regresi.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	20
Gambar 2 Kerangka Berfikir.....	22
Gambar 3 Logo Tokopedia	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat riset
Lampiran 2	Form A2
Lampiran 3	Form A5
Lampiran 4	Kuesioner
Lampiran 5	Data Hasil Kuesioner Terpaan Iklan (X)
Lampiran 6	Data Hasil Kuesioner Perilaku Konsumen (Y)
Lampiran 7	Hasil Output SPSS