

**ANALISIS PENGARUH KETERKAITAN, SIKAP DAN KONTEN IKLAN  
TERHADAP EFEKTIFITAS IKLAN DI YOUTUBE  
(Studi pada pengguna YouTube.com)**



**Disusun Oleh:**

**Dewa Gede Debby Sastrawan**

**15 03 21798**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

**ANALISIS PENGARUH KETERKAITAN, SIKAP DAN KONTEN  
TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN DI YOUTUBE  
(Studi pada pengguna YouTube.com)**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana  
Manajemen (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**Dewa Gede Debby Sastrawan**

**NPM: 15 03 21798**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA,  
JUNI 2020**

**Skripsi**  
**ANALISIS PENGARUH KETERKAITAN, SIKAP DAN KONTEN**  
**TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN DI YOUTUBE**  
**(Studi pada pengguna YouTube.com)**



**Disusun oleh:**  
**Dewa Gede Debby Sastrawan**  
**150321798**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**

**Nadia Nila Sari, SE., MBA**



**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

### SURAT KETERANGAN

No. 385/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Selasa, 9 Juni 2020 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- |                                       |                 |
|---------------------------------------|-----------------|
| 1. Prof. Dr. Shellyana Junaedi, M.Si. | (Ketua Penguji) |
| 2. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.     | (Anggota)       |
| 3. Nadia Nilasari, SE., MBA.          | (Anggota)       |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : I Dewa Gede Debby Sastrawan  
NPM : 150321798

Dinyatakan

**Lulus Dengan Revisi**

Pada saat ini skripsi I Dewa Gede Debby Sastrawan telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji. Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

**Skripsi**

**ANALISIS PENGARUH KETERKAITAN, SIKAP DAN KONTEN  
TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN DI YOUTUBE**

**(Studi pada pengguna YouTube.com)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Dewa Gede Debby Sastrawan**

**NPM: 15 03 21798**

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

**Anggota Panitia Penguji**

**Yogyakarta,  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KETERKAITAN, SIKAP DAN KONTEN  
TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN DI YOUTUBE  
(Studi pada pengguna YouTube.com)**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

**Yogyakarta,  
Yang menyatakan**

**Dewa Gede Debby Sastrawan**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa beserta seluruh manifestasiNya. Saya dapat menyelesaikan skripsi berjudul analisis pengaruh keterkaitan, sikap, serta konten iklan terhadap efektivitas iklan YouTube dengan objek pengguna YouTube yang pernah melihat iklan *skippable* dan *non-skippable*. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka pemenuhan salah satu prasyarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) di Fakultas Binsis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam prosesnya, penelitian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan serta dukuan dari berbagai pihak. Maka dari itu saya ingin mengucapkan terimakasih untuk:

1. Ayah, Ibu, serta adik kandung saya yang selalu memberi semangat dan doa untuk menyelesaikan skripsi,
2. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberikan petunjuk serta arahan dalam proses penelitian,
3. Kakek dan Nenek yang selalu memberikan doa untuk saya dalam perantauan.
4. Nadhifa yang selalu mengingatkan dan memberi semangat agar saya cepat menyelesaikan skripsi ini.
5. Responden yang sudah membantu mengisi kuisisioner pada penelitian ini.

6. Kawan-kawan Astera, Illumine, tim produksi Astera selaku band yang tetap menjadi “rumah” untuk berkeluh kesah,
7. Sahabat terdekat yang tak hentinya untuk mengingatkan agar secepatnya menyelesaikan
8. Kawan-kawan Loepa Lelah Coffee yang memberikan tempat nyaman untuk mengerjakan skripsi.

Saya berharap melalui penyusunan skripsi ini, selain sebagai pemenuhan syarat kelulusan dapat berguna juga bagi para pengusaha yang ingin mengiklankan produk atau jasanya melalui YouTube. Terlebih semakin banyak usaha yang muncul di D.I. Yogyakarta, saya harap penyusunan skripsi ini dapat menjadi sebuah referensi untuk menjaga kualitas pemasaran melalui iklan YouTube. Sekian dan terimakasih.



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>SURAT KETERANGAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iiiv
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB 1: PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Perumusan Masalah .....	11
1.3    Tujuan Penelitian .....	11
1.4    Manfaat Penelitian .....	12
1.5    Batasan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

1.6	Sistematika Penulisan .....	13
		Halaman
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA</b> .....		15
2.1	Landasan Teori .....	15
2.1.1	Keterkaitan ( <i>Engagement</i> ).....	15
2.1.2	Sikap ( <i>Attitude</i> ).....	18
2.1.3	Konten Iklan ( <i>Advertisement Content</i> ) .....	21
2.1.4	<i>Effectiveness of Online Advertising</i> (Efektifitas Iklan <i>Online</i> ) .....	24
2.2	Penelitian Terdahulu .....	25
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	30
2.3.1	Keterkaitan terhadap Efektifitas iklan.....	30
2.3.2	Sikap terhadap Efektifitas Iklan .....	31
2.3.3	Konten Iklan terhadap Efektifitas Iklan .....	31
2.4	Kerangka Penelitian .....	32
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b> .....		33
3.1	Desain Penelitian .....	33
3.2	Bentuk Penelitian.....	34
3.3	Populasi dan Sampel .....	34

3.3.1 Populasi .....	34
Halaman	
3.3.2 Sampel.....	34
3.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.7 Metode Pengukuran Data .....	41
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian .....	41
3.8.1 Uji Validitas.....	41
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.9 Metode Analisis Data .....	44
3.9.1 Analisis Deskriptif Statistik.....	44
3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	44
3.9.3 Uji t .....	45
3.9.4 Uji F .....	45
3.9.5 Uji One Way ANOVA.....	46
<b>BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Analisis Data Demografi .....	48

4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Halaman	
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Terakhir Kali Melihat Iklan di YouTube .....	50
4.2 Analisis Mean Indikator Variabel Keterkaitan, Sikap, Konten Iklan dan Efektivitas Iklan YouTube .....	51
4.3 Analisis Regresi Linear Berganda Pengaruh Keterkaitan, Sikap, dan Konten Iklan terhadap Efektivitas Iklan YouTube.....	53
4.4 Analisis Uji <i>One-Way ANOVA</i> .....	56
4.4.1 Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.5 Pembahasan .....	57
4.5.1 Pengaruh Keterkaitan terhadap Efektivitas Iklan YouTube.....	58
4.5.2 Pengaruh Sikap terhadap Efektivitas Iklan YouTube.....	58
4.5.3 Pengaruh Konten Iklan terhadap Efektivitas Iklan YouTube .....	59
4.5.4 Perbedaan Penilaian Keterkaitan, Sikap, Konten Iklan berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
<b>BAB V: PENUTUP</b> .....	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Implikasi Manajerial .....	63

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Selanjutnya .....64

Halaman

**DAFTAR PUSTAKA.....65**



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran .....	37
Tabel 3.2 Data Hasil Uji Validitas .....	43
Tabel 3.3 Data Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4.1 Hasil Analisis Mean Indikator Variabel .....	52
Tabel 4.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda terhadap Efektivitas Iklan YouTube.....	54
Tabel 4.3 Hasil Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Statistik Pengguna Digital dan Internet Indonesia 2019.....	2
Gambar 1.2 <i>Social Media Overview</i> .....	4
Gambar 1.3 Logo YouTube.....	6
Gambar 1.4 <i>Display Ads</i> .....	7
Gambar 1.5 <i>Overly Ads</i> .....	8
Gambar 1.6 <i>Non-skippable Video Ads</i> .....	9
Gambar 1.7 <i>Skippable Video Ads</i> .....	10
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	33
Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin .....	49
Gambar 4.2 Diagram Pendidikan Terakhir .....	50
Gambar 4.3 Diagram Terakhir Kali Melihat Iklan di YouTube.....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I Kuisisioner .....	71
Lampiran II Validitas dan Reliabilitas .....	77
Lampiran III Analisis Mean Indikator Variabel, Linear Berganda, Uji f dan Uji t .....	82
Lampiran IV Analisis Uji Beda .....	85
Lampiran V Data Set Responden .....	88
Lampiran VI Tabel Distribusi r .....	93