

**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES INFORMASI AKUN  
INSTAGRAM @SHOPEEPAY\_ID DAN TINGKAT KEPERCAYAAN  
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VOUCHER  
SHOPEEPAY**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**oleh**

**Revina Arthamevia Soedibjo**

**17 09 06303 / KOM**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**


**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES INFORMASI AKUN**  
**INSTAGRAM @SHOPEEPAY\_ID DAN TINGKAT KEPERCAYAAN**  
**INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VOUCHER**  
**SHOPEEPAY**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh  
REVINA ARTHAMEVIA SOEDIBJO  
17 09 06303 / KOM

disetujui oleh :

  
**Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom**  
Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2021

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Mengakses Informasi Akun Instagram  
@Shopeepay\_id dan Tingkat Kepercayaan Informasi Terhadap  
Keputusan Pembelian *Voucher* ShopeePay

Penyusun : Revina Arthamevia Soedibjo

NPM : 17 09 06303

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan  
pada

Hari/ tanggal : Kamis, 10 Juni 2021

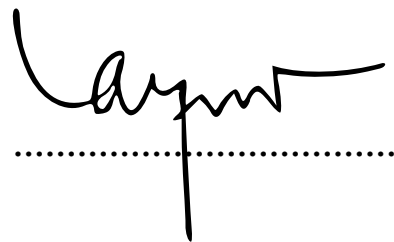
Waktu : 10.00 WIB s.d selesai

Tempat : Zoom Meeting

### TIM PENGUJI

**Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.**

**Penguji Utama**



**Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom.**

**Penguji I**



**Ina Nur Ratriyana, S.I.P., M.A.**

**Penguji II**



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Revina Arthamevia Soedibjo

NPM : 17 09 06303

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Mengakses Informasi Akun Instagram @Shopeepay\_id dan Tingkat Kepercayaan Informasi Terhadap Keputusan Pembelian *Voucher* ShopeePay

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 24 Mei 2021

Saya yang menyatakan,



Revina Arthamevia Soedibjo

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

“Serahkanlah hidupmu kepada Tuhan dan percayalah kepada-Nya, dan Ia  
akan bertindak”

- Mazmur 37 : 5 -

## KATA PENGANTAR

Rasa puji dan syukur penulis hanturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah membimbing, memberikan anugerah, serta menyertai setiap langkah penulis dalam menjalani dan menyelesaikan penulisan skripsi. Adapun judul skripsi ini berjudul “Pengaruh Intensitas Mengakses Informasi Akun Instagram @shopeepay\_id dan Tingkat Kepercayaan Informasi terhadap Keputusan Pembelian *Voucher* ShopeePay”.

Selama proses pengerjaan skripsi banyak hal yang didapat oleh penulis mulai dari pengetahuan, pengalaman, serta suka dan duka. Semua itu berhasil penulis lalui tak lepas dari berbagai pihak yang membantu dan senantiasa memberikan dukungan terus menerus kepada penulis. Oleh karena itu melalui kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan kasih-Nya, mujizat-Nya, dan berkat-Nya dalam proses pengerjaan skripsi dan selalu memberikan jalan keluar ketika penulis berada diambang keputusasaan dan mendapatkan masalah selama mengerjakan skripsi ini.
2. Almarhum Papa tercinta dan Mama terkasih yang selalu memberikan semangat, perhatian, dan dukungan baik moral maupun finansial selama hidup penulis. Terima kasih atas setiap perhatian, semangat, dan doa yang selalu dipanjatkan untuk penulis. Terima kasih telah menjadi alasan utama bagi penulis untuk menyelesaikan studi.
3. Ibu Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam

menyusun skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih untuk segala bimbingan, masukan, saran, kritik, dan waktu yang diluangkan kepada penulis.

4. Teman-teman pengikut Instagram @shopeepay\_id yang telah berkenan untuk mengisi kuesioner sehingga penulis dapat mengumpulkan data dan menyelesaikannya. Terima kasih atas perhatian dan setiap kata semangat yang diberikan kepada penulis.
5. Gerri Austine selaku orang terkasih bagi penulis yang bersedia menampung setiap keluh kesah dan membantu penulis dalam bertukar pikiran serta selalu memberikan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat yang selalu ada selama di bangku kuliah, EHE FAMILY (Rica Yulianna, Lucia Ayu Ristarani, Lidwina Vallery, Intan Permatasari, Thomas Sindu, Alvin Aurelio, dan Ferdyanto Wijaya). Terima kasih sudah memberikan kenangan indah di benak penulis dan terus melangkah bersama sejak semester satu hingga tahapan akhir di perkuliahan. Semangat untuk setiap tahapan selanjutnya yang akan kita tempuh.
7. Teman seperjuanganku dalam tugas akhir kuliah, Cindy Gozali dan Kelley Welvina. Terima kasih setiap bantuan, dukungan, serta candaan yang selalu menemani hari-hari penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Sahabat yang selalu menemaniku sejak SMP, 5 SEKAWAN (Fioni Josephine, Lidwina Natasya, Ivan Etenia dan Ronald Okky). Terima kasih untuk setiap pertanyaan yang diajukan “Skripsimu sampai mana?”, sehingga memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi. Terima

kasih untuk segala informasi, canda dan tawa, serta perhatian yang diberikan.

9. Teman-teman kos (Trifena Vania, Meifika Tanuwidjaya, Fia Liguna dan Kimberly Retor) yang selalu bersedia membantu penulis dan menemani hari-hari penulis selama kuliah di Jogja. Terima kasih untuk rasa kasih sayang, kekeluargaan yang diberikan dan tidak hentinya menyemangati penulis dari awal kuliah hingga akhir perkuliahan. *Keep in touch Guys!*
10. Untuk semua pihak yang sudah terlibat dalam pembuatan skripsi ini, terima kasih untuk setiap doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis dalam bentuk apapun. Terima kasih dan Tuhan memberkati hidup kita semua!

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih untuk perhatiannya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis meminta maaf atas segala kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan skripsi ini. Walaupun demikian, penulis berharap skripsi ini tetap dapat memberikan sedikit andil dan manfaat bagi khalayak luas.

Yogyakarta, 12 Mei 2021

Penulis,



Revina Arthamevia Soedibjo

**REVINA ARTHAMEVIA SOEDIBJO**

**NPM : 17 09 06303/ KOM**

**Pengaruh Intensitas Mengakses Informasi Akun Instagram @shopeepay\_id  
dan Tingkat Kepercayaan Informasi terhadap Keputusan Pembelian  
*Voucher* ShopeePay**

**ABSTRAK**

Dompot digital merupakan salah satu media pembayaran yang menawarkan berbagai promo *cashback* yang dapat membuat masyarakat menjadi berperilaku konsumtif. Salah satu dompet digital di Indonesia adalah ShopeePay. ShopeePay menggunakan Instagram yakni @shopeepay\_id sebagai salah satu *tool* komunikasi pemasaran yang digunakan untuk membagikan informasi promo *voucher cashback*, kerja sama dengan gerai-gerai, dan sebagainya. Intensitas mengakses informasi Instagram @shopeepay\_id dapat merangsang pengikutnya melakukan pembelian *voucher* ShopeePay. Kebenaran dan keakuratan informasi di Instagram @shopeepay\_id tentu juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggannya dalam memutuskan pembelian.

Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Peneliti mengambil 100 sampel dari total populasi *followers* Instagram ShopeePay yakni 313.000 orang. Pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarikan menggunakan *google form* kepada pengikut Instagram @shopeepay\_id. Pengolahan data menggunakan SPSS 25.00 dengan teknik analisis data korelasi berganda dan regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antar variabel intensitas mengakses akun Instagram dan tingkat kepercayaan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.459. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh intensitas mengakses akun Instagram @shopeepay\_id terhadap keputusan pembelian *voucher* ShopeePay sebesar 40.4%, kemudian ada pengaruh tingkat kepercayaan terhadap keputusan pembelian *voucher* ShopeePay sebesar 34.3%.

**Kata Kunci:** Instagram, intensitas mengakses, tingkat kepercayaan, keputusan pembelian

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR BAGAN .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	 <b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Kerangka Teori .....	9
1. Komunikasi Pemasaran.....	10
2. Teori Stimulus Respon.....	12

3. Intensitas Mengakses .....	14
4. Kepercayaan.....	16
5. Keputusan Pembelian.....	18
F. Kerangka Konsep.....	21
G. Hipotesis .....	27
H. Definisi Operasional .....	28
I. Metodologi Penelitian.....	31
1. Jenis Penelitian.....	31
2. Metode Penelitian .....	31
3. Populasi dan Sampel .....	31
4. Teknik Pengumpulan Data.....	33
5. Metode Pengukuran Data.....	34
a. Uji Validitas .....	35
b. Uji Reliabilitas .....	37
6. Teknik Analisis Data.....	39
a. Distribusi Frekuensi .....	39
b. Korelasi .....	39
c. Analisis Regresi .....	41
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Profil Shopee.....	42
B. Profil ShopeePay .....	43
C. Instagram ShopeePay .....	45

<b>BAB III DESKRIPSI DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
A. Deskripsi Data.....	47
1. Intensitas Mengakses .....	47
2. Tingkat Kepercayaan .....	58
3. Keputusan Pembelian.....	64
4. Analisis Korelasi .....	69
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
B. Pembahasan.....	77
 <b>BAB IV PENUTUP .....</b>	 <b>84</b>
A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	86
 DAFTAR PUSTAKA .....	 88
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Definisi Operasional .....	28
Tabel 1.2	Hasil Uji Validitas Variabel X1 Intensitas Mengakses .....	36
Tabel 1.3	Hasil Uji Validitas Variabel X2 Tingkat Kepercayaan .....	36
Tabel 1.4	Hasil Uji Validitas Variabel Y Keputusan Pembelian .....	37
Tabel 1.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 Intesitas Mengakses .....	38
Tabel 1.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 Tingkat Kepercayaan .....	38
Tabel 1.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y Keputusan Pembelian.....	39
Tabel 1.8	Tingkat Korelasi .....	40
Tabel 3.1	Intensitas Mengakses 1 .....	48
Tabel 3.2	Intensitas Mengakses 2 .....	48
Tabel 3.3	Intensitas Mengakses 3 .....	49
Tabel 3.4	Intensitas Mengakses 4 .....	50
Tabel 3.5	Intensitas Mengakses 5 .....	50
Tabel 3.6	Intensitas Mengakses 6 .....	51
Tabel 3.7	Intensitas Mengakses 7 .....	52
Tabel 3.8	Intensitas Mengakses 8 .....	54
Tabel 3.9	Intensitas Mengakses 9 .....	54
Tabel 3.10	Intensitas Mengakses 10 .....	56
Tabel 3.11	Distribusi Frekuensi Variabel X1 .....	58
Tabel 3.12	Tingkat Kepercayaan 1 .....	58
Tabel 3.13	Tingkat Kepercayaan 2 .....	59
Tabel 3.14	Tingkat Kepercayaan 3 .....	60
Tabel 3.15	Tingkat Kepercayaan 4 .....	60
Tabel 3.16	Tingkat Kepercayaan 5 .....	61
Tabel 3.17	Tingkat Kepercayaan 6 .....	62
Tabel 3.18	Distribusi Frekuensi Variabel X2 .....	64
Tabel 3.19	Keputusan Pembelian 1 .....	64

Tabel 3.20	Keputusan Pembelian 2 .....	65
Tabel 3.21	Keputusan Pembelian 3 .....	66
Tabel 3.22	Keputusan Pembelian 4 .....	66
Tabel 3.23	Distribusi Frekuensi Variabel Y .....	68
Tabel 3.24	Hasil Analisis Korelasi Sederhana Variabel X1 .....	69
Tabel 3.25	Hasil Analisis Korelasi Sederhana Variabel X2 .....	70
Tabel 3.26	Hasil Analisis Korelasi Berganda .....	71
Tabel 3.27	Uji Pengaruh Variabel X1 dan X2 terhadap Variabel Y .....	72
Tabel 3.28	Anova Variabel X1 dan X2 terhadap Y .....	73
Tabel 3.29	Uji Signifikansi Variabel X1 dan X2 terhadap Variabel Y .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Informasi <i>voucher</i> ShopeePay di Instagram.....	3
Gambar 1.2	Model S-R .....	12
Gambar 2.1	Logo Shopee .....	42
Gambar 2.2	<i>Voucher</i> ShopeePay .....	44
Gambar 2.3	Profil Instagram @shopeepay_id .....	45
Gambar 2.4	Konten Instagram @shopeepay_id.....	46

## **DAFTAR BAGAN**

BAGAN 1 Hubungan Antar Variabel .....	26
BAGAN 2 Hubungan Antar Variabel $X_1$ , $X_2$ , dan $Y$ .....	76

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Hasil Uji Validitas
Lampiran 3	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 4	Hasil Data Kuesioner
Lampiran 5	Hasil Distribusi Frekuensi Variabel X1
Lampiran 6	Hasil Distribusi Frekuensi Variabel X2
Lampiran 7	Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Y
Lampiran 8	Hasil Korelasi Sederhana
Lampiran 9	Hasil Korelasi Berganda
Lampiran 10	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Lampiran 11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda