

**PENGARUH DAYA TARIK KODE PROMO *GRABFOOD* REGION YOGYAKARTA
TERHADAP MINAT BELI DI APLIKASI GRAB PADA MAHASISWA FISIP UAJY**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Disusun Oleh

Dirga Prawira Indraprasta

14 09 05349

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

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Pengaruh Daya Tarik Kode Promo *GrabFood* Region Yogyakarta Terhadap
Minat Beli Di Aplikasi Grab Pada Mahasiswa FISIP UAJY

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.Ikom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

DIRGA PRAWIRA INDRAPRASTA

No. Mhs : 05349 / KOM

Disetujui oleh :


Lukas Deni Setiawan, M.A.

Dosen Pembimbing

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

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Kode Promo *GrabFood* Region Yogyakarta Terhadap Minat Beli Di Aplikasi Grab Pada Mahasiswa FISIP UAJY.

Penyusun : Dirga Prawira Indraprasta

NPM 140905349

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 29 Juni 2021

Pukul : 13.00 WIB.

Tempat : Via *meeting* Zoom.

TIM PENGUJI

Nama penguji lengkap dengan gelar

Penguji Utama : Ign. Agus Putranto, M,Si.

Nama penguji lengkap dengan gelar

Penguji I : Lukas Deni Setiawan, M.A.

Nama penguji lengkap dengan gelar

Penguji II : Immanuel Dwi Asmoro, M.I.Kom



The image shows three handwritten signatures in black ink. The first signature is at the top, the second is in the middle, and the third is at the bottom. They are positioned to the right of the examiner names listed in the text.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dirga Prawira Indraprasta

NPM : 140905349

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Pengaruh Daya Tarik Kode Promo *GrabFood* Region Yogyakarta Terhadap Minat Beli Di Aplikasi Grab Pada Mahasiswa FISIP UAJY

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan

Yogyakarta, 15 Juni 2021

Saya yang menyatakan

Dirga Prawira Indraprasta

Pengaruh Daya Tarik Kode Promo *GrabFood* terhadap Minat Beli di Aplikasi Grab pada Mahasiswa FISIP UAJY

ABSTRAK

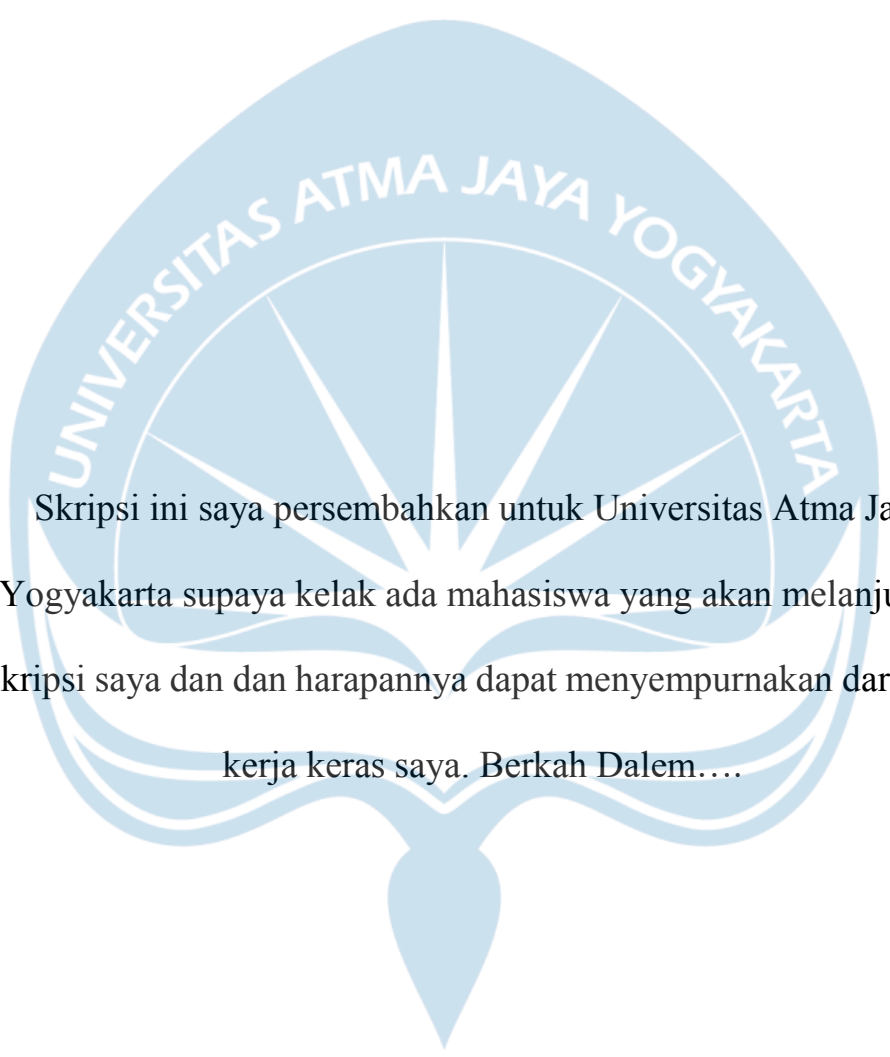
Penelitian ini ingin melihat bagaimana pengaruh Daya Tarik Kode Promo *GrabFood* terhadap Minat Beli di aplikasi Grab. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari kode promo *GrabFood* terhadap minat beli konsumen. Variabel dari penelitian ini ada 2 yaitu Daya Tarik Kode Promo *GrabFood* (X) dan Minat Beli (Y). Teori Promosi *Online* merupakan teori utama dalam penelitian ini untuk menjelaskan bahwa teori ini relevan dengan hasil temuan yang mencari tahu apakah ada pengaruh kode promo terhadap minat beli konsumen di aplikasi Grab.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif dan menggunakan 95 sampel dari mahasiswa FISIP UAJY dengan menggunakan metode pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan menggunakan *google form*. Sedangkan untuk metode pengukuran data menggunakan skala likert, dan untuk analisis data atau pengolahan data menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh yang signifikan antara daya tarik kode promo *GrabFood* terhadap minat beli konsumen di aplikasi Grab, dengan besarnya pengaruh sebesar 52,5 persen dan sisanya 47,2 persen yang dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Yang dimaksud faktor lain dalam penelitian ini dapat berasal dari aplikasi yang menarik, mudah digunakan, harga yang murah dan lain-lain.

Kata Kunci: Daya Tarik Kode Promo *GrabFood*, Minat Beli

HALAMAN PERSEMBAHAN

The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a large, light blue watermark in the background. It features a stylized sunburst or fan shape with multiple rays emanating from a central point. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a semi-circle above the sunburst. Below the sunburst, there is a stylized representation of an open book with pages fanning out.

Skripsi ini saya persembahkan untuk Universitas Atma Jaya
Yogyakarta supaya kelak ada mahasiswa yang akan melanjutkan
skripsi saya dan dan harapannya dapat menyempurnakan dari hasil
kerja keras saya. Berkah Dalem....

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah Bapa yang Maha Kuasa yang selalu menyertai dan membimbing penulis selama proses penyelesaian Tugas Akhir atau Skripsi ini dengan baik. Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. (S.Ikom).

Butuh waktu yang sekian lama bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Banyak sekali kesulitan-kesulitan dan hambatan terutama dalam hal pemahaman teori dan menentukan teori yang akan dipakai dalam skripsi ini dan juga proses pengumpulan materi serta penyuntingannya. Skripsi ini merupakan hasil kerja keras yang sangat membanggakan bagi penulis, dan perlu penulis syukuri, karena pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Namun demikian, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik.

Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing selama proses pengerjaan skripsi ini, di antaranya adalah :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu membuka jalan dan memberi semangat ketika penulis sedang bermalas-malasan ketika ingin mengerjakan skripsi ini, tanpa penyertaanNya, semua ini tidak dapat berjalan dengan baik.
2. Pak Deni selaku dosen pembimbing saya yang rela meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis. Terimakasih bapak.
3. Kedua orang tua penulis, Papa dan Mama yang selalu memberikan semangat dengan penuh kasih sayang, selalu mendoakan saya dari Surga. Terima kasih Pa, Terima kasih Ma, maafkan anakmu yang belum bisa membahagiakan kalian sampai kalian dipanggil kembali oleh Tuhan untuk pulang ke rumah Bapa di Surga.

4. Kedua orang tua Dion, tante Efi dan Om Edy yang bersedia membantu saya dan sudah menganggap saya seperti anaknya sendiri selama saya di Jogja. Terima kasih om & tante, terima kasih banyak.
5. Kampus Atma Jaya Yogyakarta yang menampung saya selama 7 tahun.
6. Elan Cute, Dion IT, Panjek Manut, Asahau, Titokx, Ivan Drone, Nia COD, Tyas Kupluk dan Vio yang selalu mensupport saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
7. Mantan pacar saya Veronika Oktaviani yang dulu sempat menemani saya saat awal mengerjakan skripsi.
8. Kakak dan adik penulis yang selalu bertanya kapan lulus. Terima kasih.
9. Untuk semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terimakasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan.

Demikian skripsi ini penulis kerjakan, semoga bermanfaat bagi pembaca, perusahaan dan juga untuk peneliti selanjutnya.

Yogyakarta, 15 Juni 2021

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan	i
Pernyataan Pengesahan	ii
Pernyataan Keaslian Tulisan	iii
ABSTRAK	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori	9

1. Promosi <i>Online</i>	9
2. Daya Tarik	15
3. Minat Beli	16
4. Komunikasi Pemasaran	18
F. Kerangka Konsep.....	19
1. Daya tarik (<i>attractiveness</i>)	19
2. Kode promo	19
3. Daya tarik promo yang dipakai pada penelitian.....	20
4. Hubungan antara daya tarik kode promo terhadap minat beli.....	21
5. Penurunan Hipotesis	22
6. Definisi Operasional	22
7. Metode Penelitian.....	29
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	40
A. PT GRAB Indonesia	40
1. Sejarah Grab Indonesia	40
2. Visi dan Misi PT Grab Indonesia.....	41
3. Manfaat yang diberikan PT.Grab Indonesia	42
4. Fitur Aplikasi Grab	44
B. Grab Food.....	45
C. Sejarah FISIP UAJY	47
1. Visi dan Misi FISIP UAJY	48
2. Tujuan Pendidikan	49
Mahasiswa FISIP UAJY	53
BAB III ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Uji Instrumen dan Data Penelitian	52
1. Pengujian Instrumen	52

2. Distribusi Frekuensi	54
3. Hasil Regresi Linier Sederhana.....	62
B. Pembahasan	64
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Kelemahan Penelitian.....	68
C. Saran.....	68
1. Bagi peneliti selanjutnya.....	68
2. Bagi perusahaan.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	74
DAFTAR GAMBAR	
Gambar 1.1	
Hasil Riset Jumlah Pengguna Aplikasi <i>Ride Hailing</i> di Indonesia	3
Gambar 1.2	
Hasil Riset ilmu One Data Mengenai Pengguna Layanan Ojek <i>Online</i>	4
Gambar 1.3	
Kerangka pemikiran.....	22
Gambar 2.1	
Logo Grab Indonesia.....	41
Gambar 2.2	
Beberapa kode promo <i>GrabFood</i>	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Definisi Operasional	26
Tabel 1.2 Hasil Uji Validitas	34
Tabel 1.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 2.1 Jumlah Mahasiswa FISIP UAJY.....	50
Tabel 3.1 Tabel Hasil Uji Validitas	54
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 3.3 Distribusi Frekuensi Variabel Daya Tarik	56
Tabel 3.4 Distribusi Frekuensi Variabel Daya Tarik	57
Tabel 3.5 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli.....	60
Tabel 3.6 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli.....	61
Tabel 3.7 Model Summary.....	63
Tabel 3.8 Coefficients ^a	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner.....	75
Lampiran Profil Responden	76
Lampiran Daya Tarik Promo	76
Lampiran Google Form.....	79
Lampiran Tabel Distribusi Frekuensi.....	89
Lampiran Uji Validitas.....	97