

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN WIB TOKOPEDIA BULAN  
JANUARI 2022 DI YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI  
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UAJY**



**SKRIPSI**

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

Oleh:

**Rizki Putra**

**180906649**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
TAHUN 2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN WIB TOKOPEDIA BULAN JANUARI 2022 DI  
YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UAJY

SKRIPSI

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

Di susun oleh :

Rizki Putra

180906649

Di setujui oleh :



**Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom**

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
TAHUN 2022

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH DAYA TARIK IKLAN WIB TOKOPEDIA BULAN  
JANUARI 2022 DI YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA ILMU  
KOMUNIKASI UAJY

Penyusun : Rizki Putra

NPM : 180906649

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Senin, 5 Desember 2022

Pukul : 13:00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 3, Kampus IV Gedung Theresa Universitas Atma  
Jaya Yogyakarta, Jl. Babarsari No. 5 Yogyakarta 55281.

TIM PENGUJI

**Dr. Phil. Yudi Perhawaningsih, M.Si.**

Penguji Utama

**Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom**

Penguji I

**Ike Devi Sulistyanyngtyas, S.Sos., M.Si.**

Penguji II

**Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.**

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Putra

NPM : 180906649

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH DAYA TARIK IKLAN WIB TOKOPEDIA BULAN JANUARI 2022 DI YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UAJY

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 kesarjanaan saya.

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

Yogyakarta, 22 November 2022

Saya yang menyatakan,



Rizki Putra

# **PENGARUH DAYA TARIK IKLAN WIB TOKOPEDIA BULAN JANUARI 2022 DI YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UAJY**

## **ABSTRAK**

Teknologi informasi dan komunikasi terus berkembang dari tahun ketahun. Membuat persaingan dalam ranah bisnis menjadi semakin ketat. Perusahaan bisnis harus memikirkan cara yang lebih pintar untuk memasarkan produk mereka agar dapat mampu bersaing dengan perusahaan lain. Pemasaran digital merupakan salah satu pemasaran yang cocok digunakan untuk mengiklankan suatu produk karena jangkauannya lebih luas dan dekat ke konsumen. Tokopedia sebagai salah satu perusahaan bisnis melakukan pemasaran digital melalui media sosial Youtube. Pemasaran digital dengan menggunakan media iklan dilakukan Tokopedia untuk menyebarkan informasi mengenai promo yang sedang dilakukan. Salah satu iklan mereka yang paling banyak mendapatkan jumlah penonton adalah iklan WIB Tokopedia bulan Januari 2022.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan WIB Tokopedia di Youtube terhadap minat beli pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UAJY. Metodologi penelitian ini yaitu metode survey dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan 97 Mahasiswa dan Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi UAJY sebagai responden kuesioner. Pengujian hipotesis ini menggunakan uji regresi linear sederhana dengan menggunakan IBM SPSS *Statistics 26*.

Penelitian ini mendapatkan hasil nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000 dimana nilai tersebut  $< 0,05$ . Sehingga  $H_0$  dalam penelitian ini ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh daya tarik iklan WIB Tokopedia terhadap minat beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi UAJY. Hasil koefisien regresi dalam penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,637 yang menunjukkan tingkat keeratan atau hubungan antara variabel x dan variabel y dalam penelitian ini adalah kuat. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,406 yang berarti variabel x memiliki pengaruh terhadap variabel y yaitu sebesar 40,6%.

**Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Daya Tarik Iklan, Minat Beli, Media Sosial**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat, kasih dan karunia-Nya skripsi yang disusun oleh penulis dapat selesai dengan lancar. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Penulis mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang sudah membantu dan mendukung kelancaran proses skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

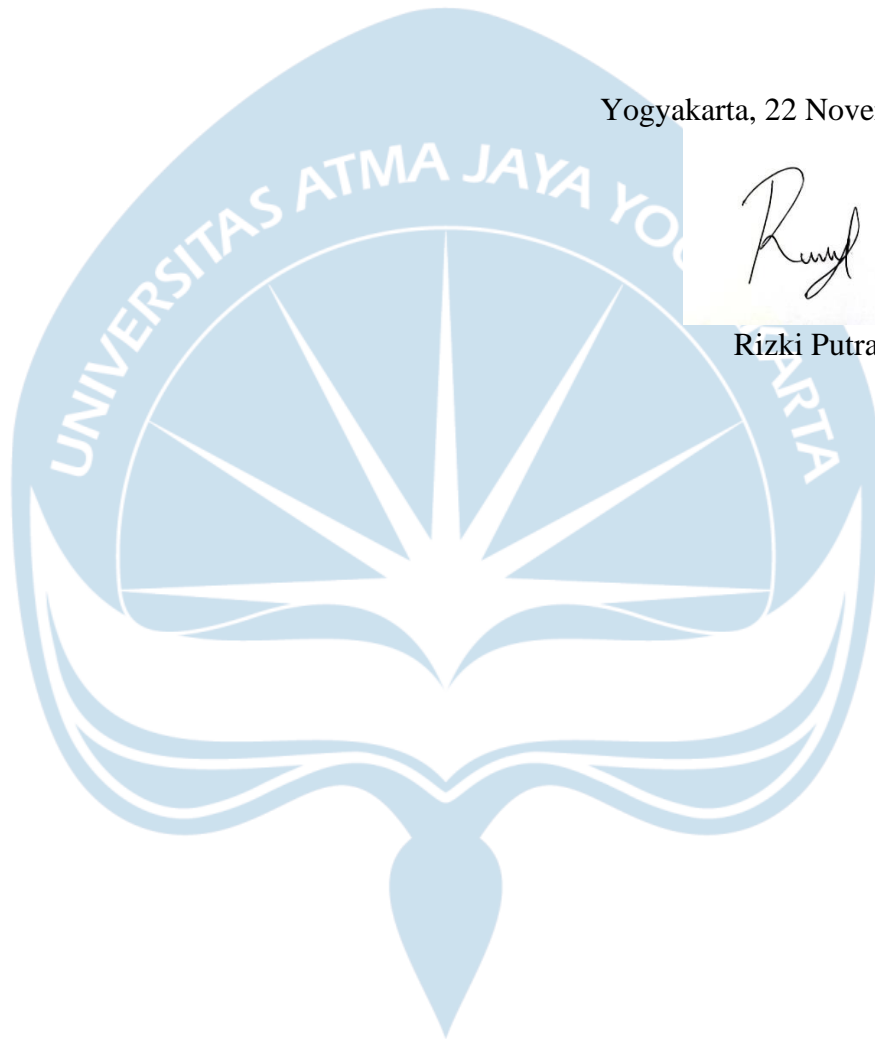
1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan dalam proses pengerjaan skripsi.
2. Kedua orang tua saya yang selalu memberi nasehat, memberikan dukungan dan menyediakan yang saya butuhkan.
3. Kakak saya yang sudah memberikan dukungan dan bantuan kepada saya.
4. Bapak Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta masukan demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu bermanfaat kepada penulis.
6. Beberapa teman dekat saya yang sudah membantu dan memberi dukungan.
7. Kepada para responden yang sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 22 November 2022



Rizki Putra

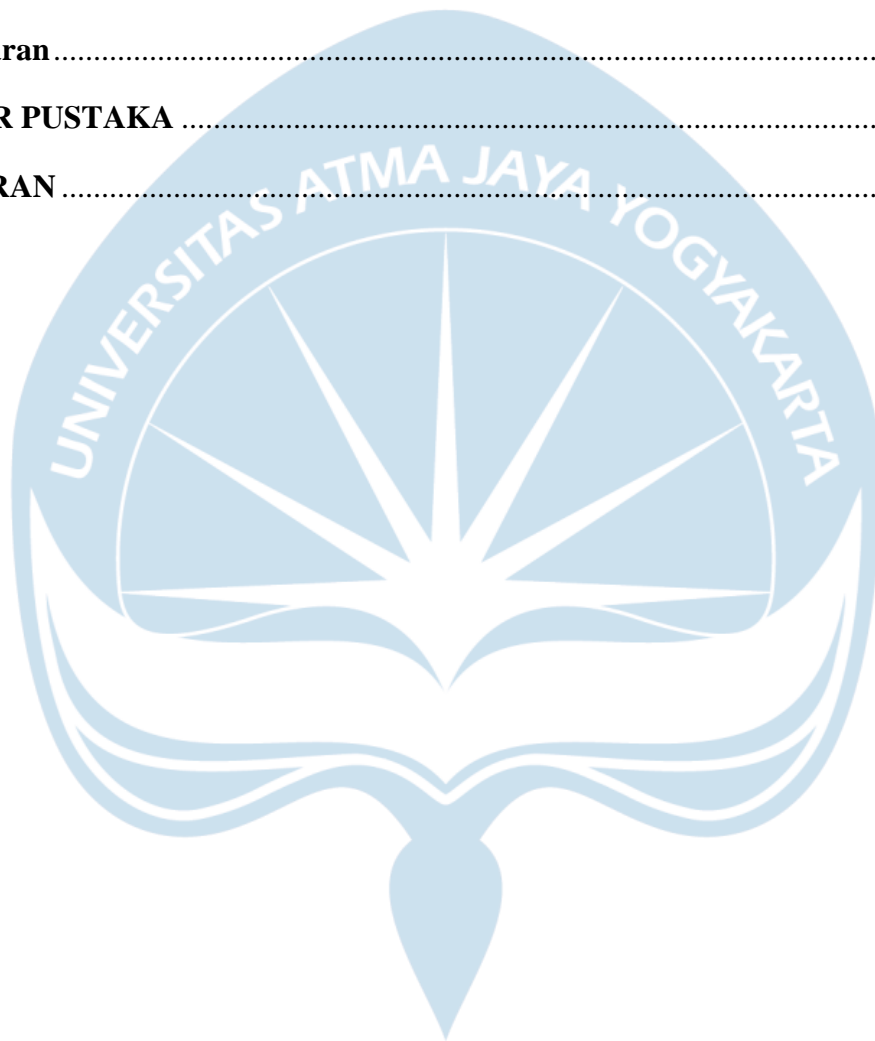


## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	10
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	10
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	11
<b>E. Tinjauan Teoritis</b> .....	11
<b>F. Kerangka Konseptual</b> .....	23
<b>G. Hipotesis</b> .....	25
<b>H. Definisi Operasional</b> .....	25
<b>I. Metodologi Penelitian</b> .....	27
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN</b> .....	41
<b>A. Tokopedia</b> .....	41
<b>B. Tokopedia WIB (Waktu Indonesia Belanja)</b> .....	42
<b>C. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UAJY</b> .....	47
<b>BAB III HASIL TEMUAN DATA DAN ANALISIS DATA</b> .....	50



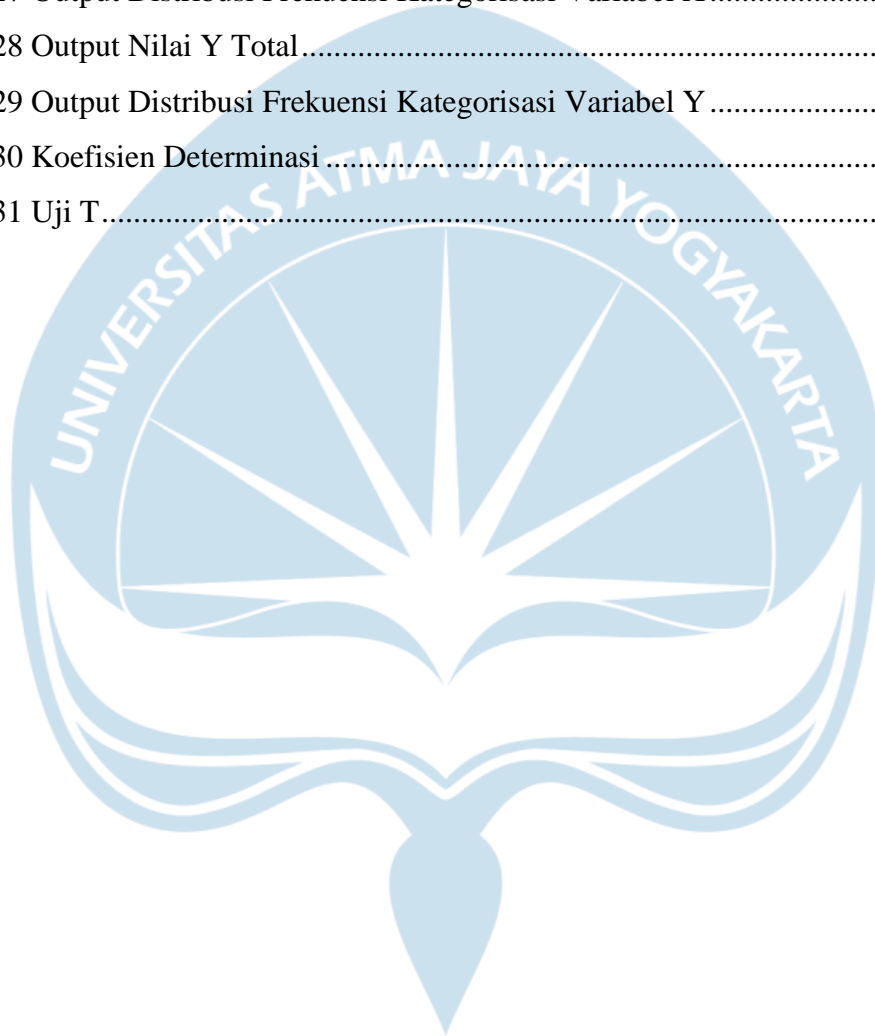
<b>A. Hasil Temuan Data</b> .....	50
<b>B. Analisis Data</b> .....	69
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	74
<b>A. Kesimpulan</b> .....	74
<b>B. Saran</b> .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	77
<b>LAMPIRAN</b> .....	82



## DAFTAR TABEL

TABEL 1 Definisi Operasional .....	26
TABEL 2 Uji Validitas Variabel Daya Tarik Iklan.....	34
TABEL 3 Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	35
TABEL 4 Uji Reliabilitas Variabel Daya Tarik Iklan.....	37
TABEL 5 Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli .....	38
TABEL 6 Jumlah Mahasiswa Ilmu Komunikasi UAJY .....	48
TABEL 7 Distribusi Jumlah Angkatan Dalam Penelitian.....	50
TABEL 8 Distribusi Frekuensi Tertarik Pada Visual Iklan .....	51
TABEL 9 Distribusi Frekuensi Tertarik Pada Isi Pesan Iklan .....	52
TABEL 10 Distribusi Frekuensi Promo Cashback 100% Sesuai Aplikasi .....	52
TABEL 11 Distribusi Frekuensi Waktu Berlangsungnya Promo Sesuai Aplikasi .....	53
TABEL 12 Distribusi Frekuensi Promo Tokopedia Lebih Menarik .....	53
TABEL 13 Distribusi Frekuensi Promo Tokopedia Lebih Bermanfaat.....	54
TABEL 14 Distribusi Frekuensi Promo Tokopedia Lebih Unik.....	54
TABEL 15 Distribusi Frekuensi Berkeinginan Melakukan Transaksi di Tokopedia ....	55
TABEL 16 Distribusi Frekuensi Berkeinginan Melakukan Transaksi Kebutuhan Sehari-hari di Tokopedia.....	56
TABEL 17 Distribusi Frekuensi Ingin Merekomendasikan Tokopedia Kepada Orang Lain.....	56
TABEL 18 Distribusi Frekuensi Ingin Memberikan Ulasan Produk Kepada Orang Lain .....	57
TABEL 19 Distribusi Frekuensi Menjadikan Tokopedia Sebagai Pilihan Utama Untuk Bertransaksi Barang.....	58
TABEL 20 Distribusi Frekuensi Menjadikan Tokopedia Sebagai Pilihan Utama Untuk Bertransaksi Kebutuhan Sehari-hari .....	58
TABEL 21 Distribusi Frekuensi Akan Mencari Tahu Harga Produk di Tokopedia.....	59
TABEL 22 Distribusi Frekuensi Akan Mencari Pengalaman Orang Lain Yang Pernah Memakai Tokopedia.....	59

TABEL 23 Nilai Mean Variabel X.....	60
TABEL 24 Nilai Mean Variabel Y.....	61
TABEL 25 Interval Nilai Koefisien dan Keeratan Hubungan .....	62
TABEL 26 Output Nilai X Total.....	63
TABEL 27 Output Distribusi Frekuensi Kategorisasi Variabel X.....	64
TABEL 28 Output Nilai Y Total.....	65
TABEL 29 Output Distribusi Frekuensi Kategorisasi Variabel Y .....	66
TABEL 30 Koefisien Determinasi .....	67
TABEL 31 Uji T.....	68



## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 <i>Screenshot Scene</i> Penutup Iklan WIB Tokopedia di Bulan Januari 2022 ..	5
GAMBAR 2 <i>Screenshot Scene</i> Waktu Berlangsungnya Promo Iklan WIB Tokopedia di Bulan Januari 2022 .....	6
GAMBAR 3 Kerangka Konseptual .....	25
GAMBAR 4 <i>Screenshot Scene</i> Pembuka Iklan WIB Tokopedia di Bulan Januari 2022	43
GAMBAR 5 <i>Screenshot</i> Iklan WIB Tokopedia di Bulan Januari 2022.....	43
GAMBAR 6 <i>Screenshot</i> Proses Pembelian Melalui Tokopedia .....	44
GAMBAR 7 <i>Screenshot</i> Promo Cashback 100% Iklan WIB Tokopedia di Bulan Januari 2022 .....	44
GAMBAR 8 <i>Screenshot</i> Promo “BELANJA Rp. 10rb BEBAS ONGKIR” Iklan WIB Tokopedia di Bulan Januari 2022.....	45
GAMBAR 9 <i>Screenshot</i> Penutup Iklan WIB Tokopedia Bulan Januari 2022.....	45