

**Pengaruh *Online Visual Merchandising* Terhadap Minat  
Beli Konsumen Pada Produk Somethinc x NCT Dream**



**SKRIPSI**

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

Oleh:

**ANGELA TRIA MARCELINE**

**190906822**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

TAHUN 2023



**HALAMAN PERSETUJUAN**

*Pengaruh Online Visual Merchandising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada  
Produk Somethinc X NCT Dream*

**SKRIPSI**

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

disusun oleh:

ANGELA TRIA MARCELINE

190906822

disetujui oleh:



Ibu Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
TAHUN 2023

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Online Visual Merchandising* Terhadap Minat Beli  
Konsumen Pada Produk *Something X NCT Dream*

Penyusun : Angela Tria Marceline  
NPM : 190906822

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan  
pada

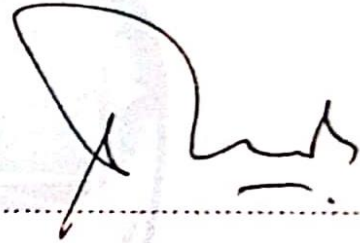
Hari / Tanggal : Selasa, 26 September 2023

Pukul : 10.00 - Selesai

Tempat : FISIP UAJY

### TIM PENGUJI

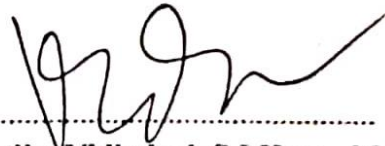
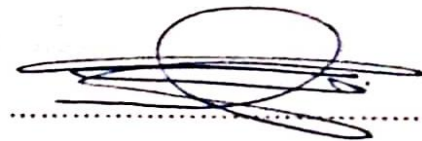
**Bonaventura Satya Bharata, SIP., M.Si., Ph.D.**  
Penguji Utama



**Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.**  
Penguji I



**Lukas Deni Setiawan, SIP., M.A.**  
Penguji II



**Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.**  
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angela Tria Marceline

NPM : 190906822

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH *ONLINE VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SOMETHINC X NCT DREAM

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, 4 September 2023

Saya yang menyatakan,



Angela Tria Marceline

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus atas karunia dan anugerah berkat pertolongan-Nya peneliti dapat mengerjakan dan menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh *Online Visual Merchandising* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Somethinc X NCT Dream” dengan sebaik-baiknya. Penelitian skripsi ini merupakan syarat untuk pemenuhan kelulusan derajat Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan kali ini, peneliti ingin mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada pihak yang telah membantu, memberikan dukungan, memberikan arahan, dan memberikan evaluasi juga saran atau pendapat sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing saya yang telah membimbing, menyediakan waktunya, dan membantu dalam penyusunan skripsi saya hingga selesai.
2. Diri sendiri yang sudah berusaha sebaik-baiknya untuk menjalani perkuliahan, dan menyusun hingga menyelesaikan skripsi ini.
3. Orang tua saya, Ayah Teguh Supriyanto, Ibu Tri Sulasmi, dan kedua kakak saya Mba Aldila Liris Prasanti, juga Mas Reno Christyan yang selalu memberikan semangat, mendoakan saya, dan memberikan dukungan

berupa materi maupun bukan sehingga dalam penyusunan skripsi dapat diselesaikan sebaik-baiknya.

4. Sahabat-sahabat saya yang terkasih Dinti, Ibel, Natasya, Sherrin, dan Sesiil yang telah memberikan dukungan dan *mental support* agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Sahabat perkuliahan saya Chantika, Pamela, Rabeka, Tantidevi, Marvelin, Grace, dan Hosea yang sudah banyak membantu berupa dukungan maupun materi selama kegiatan perkuliahan dari semester satu hingga akhir.
6. Idola yang juga *support system* saya, Mark dan Haechan yang sudah menjadi motivasi juga *mental support* sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya dengan baik.
7. Teman-teman saya di Program Studi Ilmu Komunikasi dan Marching Band Atma Jaya yang sudah memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak memiliki kesempurnaan dan masih terdapat beberapa kekurangan. Oleh sebab itu, peneliti memohon maaf jika masih terdapat kesalahan maupun kekurangan dalam penelitian ini. Peneliti mengucapkan selamat membaca dan belajar serta mengambil hal-hal yang positif dari skripsi ini sebagai bahan referensi maupun bahan ilmu pengetahuan.

ANGELA TRIA MARCELINE

No. Mhs: 190906822 / KOM

**PENGARUH *ONLINE VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN PADA PRODUK SOMETHINC X NCT DREAM**

**ABSTRAK**

Gelombang ketenaran industri Korea saat ini semakin dirasakan keberadaannya di Indonesia. Hal ini dapat dilihat melalui banyaknya produk lokal Indonesia yang mulai menggaet para bintang Korea untuk menjadi *brand ambassador* mereka. Salah satunya adalah produk lokal *skincare* Indonesia yang bernama Somethinc yang menggaet NCT Dream sebagai *brand ambassador* mereka pada awal tahun 2022. Selama masa penjualan vol. 1 diketahui produk Somethinc x NCT Dream terjual habis dalam waktu tiga jam. Menciptakan konsep anggota NCT Dream yang melokal dapat meningkatkan minat beli Somethinc x NCT Dream.

*Visual merchandising* dianggap sebagai salah satu strategi untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan meningkatkan citra perusahaan. Kemudian *online visual merchandising* dikatakan sebagai sebuah konten yang berada dalam situs web (toko online) suatu merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online visual merchandising* terhadap minat beli konsumen pada produk somethinc x nct dream. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode statistik deskriptif yang dilengkapi dengan analisis regresi linear sederhana. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen yang mengetahui tentang Somethinc x NCT Dream. Sample yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai korelasi (nilai R) sebesar 0,635. Dalam pengertian lain dalam analisis regresi linier sederhana dihasilkan koefisien regresi variabel X sebesar 0,658 maka setiap penambahan 1% pada nilai variabel X maka nilai pengaruh terhadap variabel Y juga akan bertambah sebesar 0,658. Selain itu pada hasil uji t yang telah dilakukan sebelumnya, yaitu  $t_{hitung} 8,133 > t_{tabel} 1,98397$  dan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ . Sehingga dapat dinyatakan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) yang menyatakan “Adanya Pengaruh *Online Visual Merchandising* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Somethinc X NCT Dream” diterima.

**Kata Kunci:** *Online Visual Merchandising, Minat Beli, Somethinc x NCT Dream*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
1. Manfaat Akademis .....	11
2. Manfaat Praktis .....	11
E. Kerangka Teori.....	12
1. Promosi.....	12
2. Komunikasi Visual .....	15
3. Perilaku Konsumen .....	20
F. Kerangka Konsep .....	23
1. <i>Visual Merchandising</i> .....	23
2. Minat Beli .....	26
G. Hipotesis.....	27
H. Hubungan Variabel.....	28
Gambar 1.1 Hubungan Variabel .....	28
I. Definisi Operasional .....	29
J. Metodologi Penelitian.....	31
1. Jenis Penelitian.....	31

2. Metode Penelitian.....	32
3. Populasi dan Sampel.....	32
4. Teknik Pengumpulan Data.....	34
5. Uji Intrumen Penelitian.....	34
6. Uji Hipotesis .....	41
7. Teknik Analisis Data .....	42
BAB II.....	44
OBJEK PENELITIAN .....	44
A. Somethinc.....	44
B. Somethinc x NCT Dream.....	47
BAB III .....	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	53
A. Deskripsi Karakteristik Responden .....	53
1. Domisili .....	53
2. Estimasi pengeluaran dalam sebulan.....	55
3. Pengetahuan tentang Somethinc x NCT Dream.....	56
B. Analisis Statistik Deskriptif .....	57
1. Statistik Deskriptif Variabel <i>Online Visual Merchandising</i> .....	57
2. Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Konsumen Pada Produk Somethinc x NCT Dream.....	70
3. Analisis Statistik Deskriptif .....	80
C. Analisis Data .....	81
1. Koefisien Korelasi.....	81
2. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	82
D. Uji Hipotesis.....	83
E. Pembahasan.....	84
BAB IV .....	92
PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran .....	93
DAFTAR PUSTAKA .....	95

LAMPIRAN 1 .....	100
Kuesioner .....	100
A. Identitas .....	100
B. Online Visual Merchandising.....	100
C. Minat Beli Konsumen Pada Produk Somethinc x NCT Dream .....	102
LAMPIRAN 2.....	104
Tabel Nilai r Product Moment .....	104
LAMPIRAN 3.....	106
Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	106
A. Hasil Uji Validitas Variabel X .....	106
B. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	106
C. Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	107
D. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	107
LAMPIRAN 4.....	108
Tabel Nilai t Untuk Uji Parsial .....	108

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hubungan Variabel .....	28
Gambar 2.1 <i>Brand Skincare</i> Terlaris di <i>E-Commerce</i> .....	46
Gambar 2.2 Contoh Konten Pembuka Kolaborasi Somethinc x NCT Dream. ....	49
Gambar 2.3 Contoh konten interview Somethinc x NCT Dream .....	50
Gambar 2.4 Contoh konten quiz atau tebak-tebakan Somethinc x NCT Dream...	50
Gambar 2. 5 Contoh konten informasi mengenai Somethinc x NCT Dream .....	51
Gambar 2.6 Contoh konten informasi mengenai manfaat produk Somethinc x NCT Dream .....	51
Gambar 2.7 Contoh konten hiburan untuk promosi saat kolaborasi sedang berlangsung .....	52
Gambar 2. 8 Contoh konten hiburan untuk membangun interaksi yang baik antara Somethinc dengan konsumen yang juga merupakan fans NCT Dream.....	52

## DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Definisi Operasional.....	29
TABEL 1.2 Uji Validitas Pada Variabel <i>Online Visual Merchandising</i> .....	36
TABEL 1.3 Uji Validitas Pada Variabel Minat Beli Konsumen Pada Produk Somethinc x NCT Dream.....	37
TABEL 3.1 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili.....	53
TABEL 3.2 Distribusi Responden Berdasarkan Estimasi Pengeluaran Sebulan .....	55
TABEL 3.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pertanyaan Penyaring .....	57
TABEL 3.4 Hasil Deskriptif Frekuensi X1 .....	58
TABEL 3.5 Hasil Deskriptif Frekuensi X2 .....	59
TABEL 3.6 Hasil Deskriptif Frekuensi X3 .....	60
TABEL 3.7 Hasil Deskriptif Frekuensi X4 .....	61
TABEL 3.8 Hasil Deskriptif Frekuensi X5 .....	63
TABEL 3.9 Hasil Deskriptif Frekuensi X6 .....	64
TABEL 3.10 Hasil Deskriptif Frekuensi X7.....	64
TABEL 3.11 Hasil Deskriptif Frekuensi X8.....	65
TABEL 3.12 Hasil Deskriptif Frekuensi X9.....	66
TABEL 3.13 Hasil Deskriptif Frekuensi X10.....	67
TABEL 3.14 Hasil Deskriptif Frekuensi X11.....	68
TABEL 3.15 Hasil Deskriptif Frekuensi X12.....	69
TABEL 3.16 Hasil Deskriptif Frekuensi Y1.....	70
TABEL 3.17 Hasil Deskriptif Frekuensi Y2.....	71
TABEL 3.18 Hasil Deskriptif Frekuensi Y3.....	73
TABEL 3.19 Hasil Deskriptif Frekuensi Y4.....	73
TABEL 3.20 Hasil Deskriptif Frekuensi Y5.....	74
TABEL 3.21 Hasil Deskriptif Frekuensi Y6.....	75
TABEL 3.22 Hasil Deskriptif Frekuensi Y7.....	76
TABEL 3.23 Hasil Deskriptif Frekuensi Y8.....	77
TABEL 3.24 Hasil Deskriptif Frekuensi Y9.....	78

TABEL 3.25 Hasil Deskriptif Frekuensi Y10.....	79
TABEL 3.26 Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	80
TABEL 3.27 Hasil Analisis Koefisien Korelasi .....	81
TABEL 3.28 Hasil Koefisien Analisis Regresi Linier Sederhana .....	82
TABEL 3.29 Hasil Hitung Dari Uji t .....	84

