

**PENGARUH EFEKTIFITAS IKLAN *ONLINE* TERHADAP
MINAT BELI PELANGGAN PT SHOPEE INTERNASIONAL
INDONESIA**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen



JAKA REYNALDI

1141001112

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Jaka Reynaldi

NIM : 1141001112

Tanda Tangan : 

Tanggal : 26 Februari 2018

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Jaka Reynaldi
NIM : 1141001112
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Efektivitas Iklan *Online* Terhadap Minat Beli
Pelanggan PT Shopee Internasional Indonesia

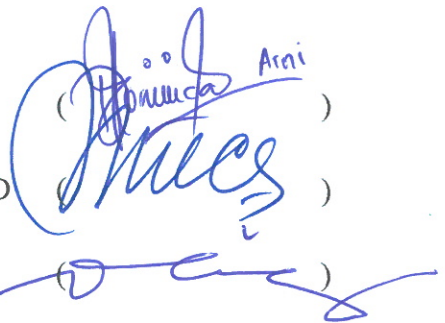
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM

Penguji I : Muchsin Saggaff S., M.Sc., MBA, Ph.D

Penguji II : Holila Hatta, S.Pd., M.M.



()
()
()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Februari 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala karena atas rahmat-Nya peneliti mampu menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh Efektifitas Iklan Online Terhadap Minat Beli Pelanggan PT Shopee Internasional Indonesia”** dengan baik dan lancar sesuai yang direncanakan. Penulisan Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat untuk melaksanakan Tugas Akhir Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini, peneliti mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak, terutama orangtua dan keluarga peneliti. Semangat dan motivasi yang diberikan orangtua dan keluarga menjadi motivasi terbesar bagi peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Selain itu, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan mendampingi peneliti selama pelaksanaan tugas akhir, di antaranya:

1. Dominica Arni Widyastuti, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan ilmu, arahan, saran, dan bimbingan yang sangat bermanfaat selama penyusunan dan penyempurnaan tugas akhir ini.
2. Muchsin Sagaff S., M.Sc., MBA, Ph.D selaku dosen pembahas dalam sidang tugas akhir penulis yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini.
3. Holila Hatta, S.Pd., M.M. selaku dosen pembahas dalam sidang tugas akhir penulis yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini.
4. Kedua orang tua tercinta, Moh Setiawan dan Lita Mahalani yang senantiasa memberikan do'a, motivasi, nasihat, serta dukungan dan kasih sayang tiada henti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Ricky, Auzi, Humaidi selaku sahabat yang mendukung dalam penyusunan tugas akhir serta menemani dalam menjalani kehidupan perkuliahan.

6. Keluarga besar basis masjid Ramdhan, Ben, Hilmi, Dwi, Jaffar, Mirza, Fakhri, Fryankha, Dimas, Burhan, Shifa yang selalu mendukung penulis dalam menjalani kehidupan dari SMP hingga sampai menginjak bangku perkuliahan.
7. Azam, Imam, Wingga, Sobrina, Dyan, Latifa, Faris, Arven, Teddy selaku teman yang senantiasa membantu penulis dalam proses penyelesaian tugas akhir dan juga memotivasi penulis.
8. Budi, Ayu, Viki yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan masukan terhadap kuesioner penelitian pada saat melakukan *pre-test*.
9. Teman-teman mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2011, 2012, 2013, dan 2014 yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan dukungannya dalam pembuatan tugas akhir ini.

Peneliti menyadari betul bahwa penulisan tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Namun demikian, peneliti mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang dapat membangun untuk menyempurnakan tugas akhir ini. Semoga segala kebaikan dibalas dengan pahala yang berlipat oleh Allah *azza wa jalla*.

Jakarta, 26 Februari 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jaka Reynaldi
NIM : 1141001112
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Efektivitas Iklan *Online* Terhadap Minat Beli Pelanggan PT Shopee Internasional Indonesia

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Nonesklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 26 Februari 2018

Yang Menyatakan



Jaka Reynaldi

PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN *ONLINE* TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN PT SHOPEE INTERNASIONAL INDONESIA

JAKA REYNALDI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efektivitas iklan *online* terhadap minat beli pelanggan PT Shopee Internasional Indonesia. Responden yang digunakan adalah responden yang mengetahui Shopee dan pernah melihat iklan Shopee versi *baby shark* dan karakter mirip Presiden Jokowi di YouTube. Responden diambil dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 100 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi. Hasil dari analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa masing variabel secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap minat beli. Selanjutnya, dapat disimpulkan efektivitas iklan *online* secara simultan berpengaruh terhadap minat beli.

Kata kunci: efektivitas iklan *Online*, minat beli, shopee

**THE EFFECT OF ONLINE ADVERTISING EFFECTIVIVINESS
ON BUYING INTEREST OF CUSTOMERS OF PT SHOPEE
INTERNATIONAL INDONESIA**

JAKA REYNALDI

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of online advertising effectiveness on buying interest of customers of PT Shopee Internasional Indonesia. Respondents used are respondents who know Shopee and have seen Shopee ads version of baby shark dak characters similar to President Jokowi on YouTube. Respondents were taken by purposive sampling technique as many as 100 people. The method of analysis used is regression analysis. The result of simple regression analysis showed that each variable positively and significantly influenced buying interest. Furthermore, it can be concluded the effectiveness of online advertising simultaneously affect the buying interest.

Keywords: online advertising effectiveness, buying interest

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Efetifitas Iklan Online	7
2.1.1Pengertian Efektifitas Iklan Online.....	7
2.1.2 Dimensi Efektifitas Iklan Online	8
2.2 Minat Beli	8
2.2.1 Pengertian Minat Beli	8
2.2.2 Dimensi Minat Beli	9
2.3 Hubungan Efektifitas Iklan Online Terhadap Minat Beli.....	9
2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu	10
2.5 Kerangka Pemikiran	11
2.6 Hipotesis Penelitian	12
BAB III.....	13
METODE PENELITIAN.	13
3.1 Jenis Penelitian.....	13
3.2 Populasi dan Sampel	13
3.2.1 Populasi.....	13

3.2.2 Sampel.....	13
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	14
3.3 Pengumpulan Data.....	14
3.3.1 Sumber Data	14
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	14
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukurannya	15
3.4.1 Variabel Penelitian	15
3.4.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	15
3.5 Uji Instrumen Penelitian	18
3.5.1 Uji Validitas	18
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	18
3.5.3 Uji Koefisien Determinasi.....	19
3.5.3.1 Uji Regresi Linier Berganda	19
3.5.4 Uji Model Secara Keseluruhan (Anova – F test).....	20
3.5.5 Uji Signifikasi Parameter Individual (t-test)	20
3.6 Uji Hipotesis	20
BAB IV.....	21
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Pre-Test Kuesioner	21
4.2 Analisis Karakteristik Responden	22
4.3 Analisis Statistik	24
4.3.1 Uji Validitas	24
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	25
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi	26
4.3.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	27
4.4 Pengujian Hipotesis (Uji f) & (Uji t)	28
4.5 Pembahasan.....	30
BAB V.....	34
KESIMPULAN	34
5.1 Kesimpulan.....	34
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	34
5.3 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Iklan Shopee.....	3
Gambar 1.3 Iklan Shopee.....	4
Gambar 1.4 Iklan Shopee.....	5

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	16
Table 4.1 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas 30 Responden.....	21
Tabel 4.2 Karakteristik Responden.....	23
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas 100 Responden.....	24
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden.....	26
Tabel 4.5. Koefisien Determinasi.....	26
Tabel 4.6 Regresi Linier Berganda.....	27
Tabel 4.7 Hasil (uji f).....	28
Tabel 4.8 Hasil (Uji t) Variabel <i>Emphaty</i>	29
Tabel 4.9 Hasil (Uji t) Varibel <i>Persuassion</i>	29
Tabel 4.10 Hasil (Uji t) Varibel <i>Impact</i>	30
Tabel 4.11 Hasil (Uji t) Varibel <i>Communication</i>	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	39
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	43
Lampiran 3. Validitas N=30 Responden (<i>pre-test</i>).....	44
Lampiran 4. Reliabilitas N=30 Responden (<i>pre-test</i>).....	46
Lampiran 5. Validitas N=100 Responden.....	47
Lampiran 6. Reliabilitas N=100 Responden.....	49
Lampiran 7. Analisis Koefisien Determinasi.....	50
Lampiran 8. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51