

**ANALISIS TEMA DAN *CLICK THROUGH RATE* IKLAN
DIGITAL APLIKASI TOKKO DENGAN METODOLOGI
*SEQUENTIAL EXPLORATORY***

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



EZRA EGADHANA

1171001022


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021**

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 : Ezra Egadhana

NIM : 1171001022

Tanda Tangan : 

Tanggal : 14/08/2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Ezra Egadhana

NIM : 1171001022

Program Studi : Manajemen


Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : Analisis Tema dan *Click Through Rate* Iklan Digital
Aplikasi Tokko dengan Metodologi *Sequential Exploratory*

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal ()

Penguji 1 : M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D ()

Penguji 2 : Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 16 Agustus 2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala berkat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Tema dan *Click Through Rate* Iklan Digital Aplikasi Tokko dengan Metodologi *Sequential Exploratory*”** ini dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen, Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti dibantu dan mendapatkan dukungan dari banyak pihak. Dengan itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung. Diantaranya ialah:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa selalu memberikan Kesehatan dan kelancaran kepada peneliti dalam menjalankan serta Menyusun skripsi ini.
2. Keluarga tercinta peneliti yang selalu mendukung dan selalu menyemangati peneliti, serta selalu memberikan doa sepanjang pelaksanaan penyelesaian skripsi
3. Bapak Dr. Jerry Heikal selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membantu dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi.
4. Bapak M. Taufik Amir, S.E., M.M., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen. Dan selaku penguji pelaksanaan sidang tugas akhir.
5. Ibu Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M selaku Dosen Pembahas Seminar Proposal yang senantiasa membantu dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi.
6. Kepada Pearlviona Sarah Victoria yang senantiasa mendukung dan senantiasa menjadi penyemangat peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir, serta menjadi penghibur peneliti di setiap saat.
7. Kepada Yoga Tiara Putra, Sonia Wijaya, dan Dhyta Syahdilla selaku teman seperjuangan peneliti dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Bakrie.

8. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan karunia-Nya dan membalas segala kebaikan pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu peneliti dalam menyusun skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, Agustus 2021

Ezra Egadhana

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Ezra Egadhana
NIM : 1171001022
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

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

“Analisis Tema dan *Click Through Rate* Iklan Digital Aplikasi Tokko dengan Metodologi *Sequential Exploratory*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatika, mengelola dalam bentuk pengkalan 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 : 16 Agustus 2021

Yang menyatakan

()

**ANALISIS TEMA DAN *CLICK THROUGH RATE* IKLAN DIGITAL
APLIKASI TOKKO DENGAN METODOLOGI *SEQUENTIAL
EXPLORATORY***

Ezra Egadhana

ABSTRAK

Iklan digital sudah mulai lazim digunakan oleh bisnis dengan skala kecil maupun besar di Indonesia, mulai dari pengusaha kecil, hingga perusahaan-perusahaan besar, tidak terkecuali aplikasi Tokko. Untuk mendapatkan jangkauan pelanggan yang luas dengan perhitungan biaya yang lebih efektif, aplikasi Tokko menggunakan *Facebook Ads* sebagai salah satu *platform* menjalankan iklan digital. Penelitian ini dilakukan dengan metodologi *Sequential Exploratory*, di mana menggunakan *Content Analysis* melalui pendekatan *Grounded Theory* untuk menemukan tema apa saja yang digunakan oleh aplikasi tokko dan tema apa yang memiliki pengaruh terbesar terhadap *Click through Rate* (CTR) iklan digital tersebut, setelah melakukan pendekatan kualitatif ditemukan ada 4 tema utama yang digunakan yaitu *hard selling*, gambaran situasi, karakter, dan produk, dari 4 tema tersebut. Hasil penelitian dengan pendekatan kuantitatif menyatakan bahwa hanya tema gambaran situasi yang memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap CTR iklan digital aplikasi Tokko di *Facebook Ads*.

Kata kunci: *Sequential Exploratory*, *Content Analysis*, *Grounded Theory*, CTR

***ANALYSIS OF THEME AND CLICK THROUGH RATE OF TOKKO
APPLICATION DIGITAL ADVERTISING WITH SEQUENTIAL
EXPLORATORY METHODOLOGY***

Ezra Egadhana

ABSTRACT

Digital advertising has begun to be commonly used by small and large-scale businesses in Indonesia, ranging from small entrepreneurs to large companies, including Tokko application. To get a wider range of audience, with effective cost calculation, Tokko application used use Facebook Ads as a platform for running their digital ads. This study conducted using a Sequential Exploratory method, using Content Analysis with a Grounded Theory approach to find out what themes were used by the Tokko application and what themes had the greatest influence on the Click through Rate (CTR) of the digital ad, after taking a qualitative approach. it was found that there were 4 main themes used, namely hard selling, situation description, characters and also products, of the 4 themes. The results of the quantitative approach, stated that only the situation description theme had a significant and positive impact on the CTR of digital advertisements for the Tokko application on Facebook Ads.

Keyword: Sequential Exploratory, Content Analysis, Grounded Theory, CTR

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.5.1. Manfaat Praktis	7
1.5.2. Manfaat Teoritis.....	7
BAB II TINJAUAN TEORITIS	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pemasaran	8
2.1.2. Merek (<i>Brand</i>)	9
2.1.3. <i>Brand Equity</i>	10
2.1.4. <i>Perceived Quality</i>	11
2.1.5. Media Sosial (<i>Social Media</i>).....	12
2.1.6. <i>Digital Advertising</i>	13
2.1.7. <i>Facebook</i>	14
2.1.8. <i>Grounded Theory Analysis</i>	15
2.1.9. <i>Content Analysis</i>	15
2.2. Tinjauan Pustaka Berdasarkan Penelitian Terdahulu.....	16
2.3. Kerangka Berpikir.....	17

BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1. Metode Penelitian.....	18
3.2. Pengumpulan Data	19
3.2.1. Data Kualitatif.....	19
3.2.2. Data Kuantitatif.....	20
3.3. Skema <i>Coding</i>	20
3.4. Operasional Variabel.....	21
3.5. Teknik Analisis Data.....	22
3.5.1. Uji Asumsi Klasik.....	22
3.5.2. Uji Hipotesis	24
3.5.3. Triangulasi	26
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1. Objek Pengamatan	27
4.2. Triangulasi Penelitian.....	30
4.2.1. Alat Wawancara.....	31
4.2.3. Hasil Wawancara Narasumber Pertama	31
4.2.4. Hasil Wawancara Narasumber Kedua	37
4.2.5. Hasil Pengkodean Wawancara dan Peneliti.....	43
4.3. Pengkodean Siklus Pertama dan Siklus Kedua.....	53
4.3.1. Hasil Pengkodean Siklus pertama.....	53
4.3.2. Hasil Pengkodean Siklus Kedua	58
4.3.3. Kesimpulan Hasil Pengkodean	64
4.4. Variabel Operasional Hasil Pendekatan Kualitatif	66
4.5. Hipotesis Penelitian setelah <i>Grounded Theory Analysis</i>	67
4.6. Analisis Kuantitatif	68
4.7. Hasil Uji Asumsi Klasik	69
4.7.1. Hasil Uji Normalitas	69
4.7.2. Uji Heteroskedastisitas	70
4.8. Hasil Pengujian Hipotesis (Regresi Linear Berganda).....	71
4.8.1. Hasil Uji T	71
4.8.2. Hasil Uji F.....	73
4.8.3. Uji Koefisien Determinasi	73

4.9.	Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.9.1.	Pembahasan Pengaruh Parsial Tema terhadap CTR.....	74
4.9.2.	Pembahasan Pengaruh Simultan Tema terhadap CTR	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1.	Kesimpulan	78
5.2.	Saran.....	78
5.2.1.	Saran untuk Tim Pemasaran Aplikasi Tokko	78
5.2.2.	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Logo Aplikasi Tokko	2
Gambar 1.2. Tampilan Aplikasi Tokko	3
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir	17
Gambar 3.1. <i>Sequential Exploratory</i>	18
Gambar 4.1. Bukti Pengecualian Tema <i>Hard Selling</i>	68
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas.....	69
Gambar 4.3. Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Gambar 4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Gambar 4.5. Hasil Uji T Tema Gambaran Situasi	72
Gambar 4.6. Hasil Uji T Tema Karakter.....	72
Gambar 4.7. Hasil Uji T Tema Produk	73
Gambar 4.8. Hasil Uji F Tema Gambaran Situasi, Karakter, dan Produk terhadap CTR.....	73
Gambar 4.9. Hasil Uji Koefisien Determinasi Tema Gambaran Situasi, Karakter, dan Produk terhadap CTR.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Operasional Variabel sementara	22
Tabel 4.1. Pengkodean Iklan	27
Tabel 4.2. Hasil Wawancara dengan Narasumber Pertama	32
Tabel 4.3. Hasil Wawancara dengan Narasumber Kedua	38
Tabel 4.4. Hasil Pengkodean Wawancara dan Peneliti	43
Tabel 4.5. Hasil Pengkodean Siklus Pertama (<i>First Cycle Coding</i>)	53
Tabel 4.6. Hasil Pengkodean Siklus Kedua (<i>Second Cycle Coding</i>)	58
Tabel 4.7. Variabel Operasional Penelitian	67
Tabel 4.8. Parameter <i>Dummy Variable</i>	68
Tabel 4.9. Perbandingan Iklan dengan Tema Gambaran Situasi	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Narasumber 1	83
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Narasumber 2	91