

**PENGARUH IKLAN #GEBYARSEMANGATMILIARAN DI
INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA
KOMUNIKASI KELAS KARYAWAN UNIVERSITAS BAKRIE
PADA PRODUK KAPAL API**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial,
Universitas Bakrie**



REVAN RAMADHANDY ANDRIS

1221923012

**PROGRAM ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Revan Ramadhandy Andris
NIM : 1221923012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan #GebyarSemangatMiliaran Di
Instagram Terhadap Minat Beli Mahasiswa Komunikasi
Kelas Karyawan Universitas Bakrie Pada Produk Kapal
Api

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Dan jika di kemudian hari terbukti ada kesalahan dan atau plagiat, maka saya bersedia untuk menanggung semua konsekuensi, termasuk dibatalkannya kelulusan saya.

Jakarta, 31 Mei 2024



Revan Ramadhandy Andris

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Revan Ramadhandy Andris
NIM : 1221923012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan #GebyarSemangatMiliaran Di
Instagram Terhadap Minat Beli Mahasiswa Komunikasi
Kelas Karyawan Universitas Bakrie Pada Produk Kapal
Api

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S.



()

Penguji 1 : Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom



()

Penguji 2 : Eli Jamilah Mihardja, Ph. D



()

Ditetapkan di : Jakarta.....

Tanggal : 20 Agustus 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, kekuatan, karunia, serta kasih sayang-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan #Gebyarsemangatmiliaran Di Instagram Terhadap Minat Beli Mahasiswa Komunikasi Kelas Karyawan Universitas Bakrie Pada Produk Kapal Api” ini merupakan prasyarat guna meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Bakrie.

Selama proses penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan, dukungan, bimbingan, saran, petunjuk serta dorongan, baik secara moral maupun spiritual dari berbagai pihak, Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Penguji Pertama atas bantuan dan masukan saat saya sedang menjalani sidang skripsi.
2. Ibu Eli Jamilah Mihardja, Ph. D selaku Dosen Penguji Kedua atas bantuan dan masukan saat saya sedang menjalani sidang skripsi.
3. Ibu Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S. selaku Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan kesabarannya untuk memberikan bimbingan yang sangat berarti bagi penulis.
4. Seluruh staf akademik Universitas Bakrie yang telah membantu dalam mempermudah perizinan untuk penelitian ini.
5. Kepada seluruh keluarga penulis terkhususnya kedua orang tua dan saudara-saudara yang dari awal perkuliahan telah membantu saya dalam hal moral dan materil hingga penulis menyelesaikan mengerjakan tugas akhir penelitian ini.

6. Seluruh sahabat yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang senantiasa menyemangati penulis dan memberikan doa untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas segala bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu penulis mohon maaf dan pengertian sebesar-besarnya jika terdapat kekeliruan, kesalahan ataupun segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini, baik yang disadari maupun yang tidak disadari.

Besar harapan penulis agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya.

Jakarta, 31 Mei 2024



Revan Ramadhandy Andris

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

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

Nama : Revan Ramadhandy Andris
NIM : 1221923012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian 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 Iklan #GebyarSemangatMiliaran Di Instagram Terhadap Minat Beli Mahasiswa Komunikasi Kelas Karyawan Universitas Bakrie Pada Produk Kapal Api

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/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 :

Pada tanggal :

Yang menyatakan


Revan Ramadhandy Andris

Revan Ramadhandy Andris

1221923012

**PENGARUH IKLAN #GEBYARSEMANGATMILIARAN DI INSTAGRAM
TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA KOMUNIKASI KELAS
KARYAWAN UNIVERSITAS BAKRIE PADA PRODUK KAPAL API**

xii halaman + 64 halaman + 2 Lampiran + 21 Referensi

ABSTRAK

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, peran media sosial sangat dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumen dan strategi pemasaran perusahaan. Promosi produk melalui iklan media *online* merupakan salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan produknya. Permasalahan dan tujuan riset ini memfokuskan pada analisa pengaruh iklan #GebyarSemangatMiliaran di Instagram terhadap minat beli mahasiswa jurusan ilmu komunikasi Universitas Bakrie pada produk Kapal Api. Riset ini dilakukan secara metode kuantitatif dengan teknik analisa dengan menggunakan regresi sederhana melalui software SPSS. Hasil riset menunjukkan bahwa variabel bebas iklan mempunyai pengaruh signifikan pada variabel terikat minat beli, secara uji t dan uji F signifikan. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh 0,866 hal ini menjelaskan bahwa besar persentase variabel bebas yang dapat menjelaskan terhadap variabel terikat yakni 86,6%, sedangkan sisa sebesar 13,4% dijelaskan dari variabel lain. Hipotesis Ho ditolak dan dapat disimpulkan terdapat pengaruh iklan #GebyarSemangatMiliaran di Instagram terhadap minat beli mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie pada produk Kapal Api.

Kata Kunci: Sosial Media, Instagram, Iklan, Minat Beli

Revan Ramadhandy Andris

1221923012

**EFFECT OF ADVERTISING #GEBYARSEMANGATMILIARAN AT
INSTAGRAM TO BUYING INTEREST OF STUDENT FROM
COMMUNICATION EMPLOYEES CLASS OF UNIVERISTY BAKRIE TO
KAPAL API PRODUCT**

xii Pages + 64 Pages + 2 Enclosed + 21 References

ABSTRACT

*In the current era of globalization and digitalization, the role of social media is very dominant in influencing consumer behavior and company marketing strategies. Product promotion through online media advertising is one of the efforts made by companies to promote their products. The problem and aim of this research focus on analyzing the influence of the #GebyarSemangatBillion advertisement on Instagram on the buying interest of students majoring in communication sciences at Bakrie University for Kapal Api products. This research was carried out using quantitative methods with analysis techniques using simple regression via SPSS software. The research results show that the independent variable advertising has a significant influence on the dependent variable purchasing interest, the *t* test and *F* test are significant. The coefficient of determination value obtained is 0.866, this explains that the large percentage of the independent variable that can explain the dependent variable is 86.6%, while the remaining 13.4% is explained by other variables. Ho's hypothesis is rejected and it can be concluded that there is an influence of the #GebyarSemangatMiliaran advertisement on Instagram on the buying interest of students from the Communication Science Department at Bakrie University for Kapal Api products.*

Keywords: Media Social, Instagram, Campaign, Buying Interest

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori yang Relevan	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.3 Iklan	12
2.1.4 Instagram	14
2.1.5 Minat Beli Konsumen	14
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Hipotesis	15
2.3 Kerangka Model Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Metode Riset	21
3.2 Populasi dan Sampling	21
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	22

3.4 Operasionalisasi Variabel	23
3.5 Metode Analisis Data	26
3.5.1 Validasi Data	26
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	28
3.5.3 Uji Hipotesis	29
3.6 Model Penelitian	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Profil Responden	31
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	31
4.2 Hasil Statistik Deskriptif	32
4.2.1 Iklan	32
4.2.2 Minat Beli Konsumen	35
4.3 Metode Penelitian	38
4.3.1 Uji Validitas	38
4.3.2 Uji Reliabilitas	40
4.4 Uji Asumsi Klasik	42
4.4.1 Uji Normalitas	42
4.4.2 Uji Linearitas	43
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	43
4.5 Uji Hipotesis	44
4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45
4.5.2 Uji F	45
4.5.3 Uji T	46
4.6 Pembahasan Penelitian	48
4.6.1 Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen	48
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Simpulan	52
5.2 Keterbatasan Penelitian	52
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Pengguna Media Sosial Terbanyak di Indonesia Dilansir Hootsuite	2
Gambar 1.2 10 Merek Kopi Instan yang Paling Banyak Dikonsumsi	5
Gambar 1.3 #GebyarSemangatMiliaran di Instagram Kapal Api	6
Gambar 1.4 Contoh Beberapa Pemenang dari Undian GebyarSemangatMiliaran ..	7
Gambar 2.1 Model Riset	20
Gambar 4.1 P-Plot Uji Normalitas	42
Gambar 4.2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	44

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3 Deskripsi Responden terhadap Variabel X ₁	36
Tabel 4.4 Deskripsi Responden terhadap Variabel Y.....	37
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel X ₁	39
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Y.....	40
Tabel 4.7 Reliabilitas Iklan	41
Tabel 4.8 Reliabilitas Minat Beli Konsumen	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	46
Tabel 4.11 Hasil Uji F	47
Tabel 4.12 Hasil Uji T	48

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian	56
Hasil Uji SPSS	60