

**PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN *ONLINE* PADA *GOOGLE SEARCH*  
*NETWORK* TERHADAP MINAT PEMBELIAN *ONLINE SHOP* DI  
JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**



**BINTANG ARIADIKA KUSDIARTO**

**1141001018**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**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 : Bintang Ariadika Kusdiarto**

**NIM : 1141001018**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 29 Agustus 2018**

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

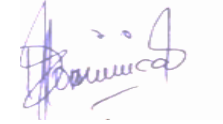
---


Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Bintang Ariadika Kusdiarto  
NIM : 1141001018  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh Efektivitas Iklan *online* Pada *google search network* terhadap minat Pembelian *Online Shop* di Jakarta

**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, S.E., M.M. (  )

Penguji I : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si. (  )

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

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2018

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Efektivitas iklan Online pada *Google Search Network* Terhadap Minat Beli”**. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Papa, Mama, Kak Pritta, Kak Nadiv dan Dimas selaku orang tua, kakak, dan adik penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis selama masa perkuliahan.
2. Ibu Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan dukungan dan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses pengerjaan tugas akhir ini.
3. Ibu Ananda Fortunisa, S.E., M.Si. selaku dosen pembahas dalam sidang tugas akhir penulis yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini.
4. Dara Nadya Rosmania, selaku pacar penulis yang tidak pernah bosan untuk memberikan semangat, doa dan dukungan kepada penulis.
5. Bhakti, Bagas, Firman, Ferry, Hana, Hud, Nadirah, Riswan, Tasha, Veda, yang selalu memberikan semangat dan mendukung penulis dalam melakukan penelitian.
6. Keluarga kedua penulis yang bisa disebut dengan “Keluarga Kipak” yang selalu menyemangatkan penulis dengan kelakukannya.
7. Semua teman teman Manajemen angkatan 2014 yang selalu memberikan semangat.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu terimakasih atas doa dan dukungannya.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak yang terkait kedepannya.

Jakarta, 29 Agustus 2018

Penulis

## PERSETUJUAN PUBLIKASI

---

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

Nama : Bintang Ariadika Kusdiarto  
NIM : 1141001018  
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 Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN *ONLINE* PADA *GOOGLE SEARCH NETWORK* TERHADAP MINAT PEMBELIAN *ONLINE SHOP* DI  
JAKARTA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif 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 : 29 Agustus 2018

Yang Menyatakan



(Bintang Ariadika Kusdiarto)

**PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN ONLINE PADA GOOGLE SEARCH  
NETWORK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ONLINE SHOP DI  
JAKARTA**

**Bintang Ariadika Kusdiarto**

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efektivitas iklan online pada google search network yang berperan sebagai media untuk promosi terhadap minat beli konsumen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *efektivitas iklan online*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pernah melakukan pencarian untuk membeli suatu produk lewat google search. Jumlah sampel adalah 101 orang yang diambil dengan metode *non probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel efektivitas iklan online memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk dalam online shop pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: *Efektivitas Iklan, Google search network, \_minat beli*

**THE EFFECT OF EFFECTIVENESS ONLINE ADVERTISING GOOGLE  
SEARCH NETWORK ON THE ONLINE SHOP IN PURCHASE  
INTENTION IN JAKARTA  
Bintang Ariadika Kusdiarto**

---

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze online advertising on the google search network that is used as a medium for promotion to consumers. The independent variable in this study is the effectiveness of online advertising. The dependent variable in this study is purchase intention.*

*The sample used in this study is one who has conducted a search for products through google search. The number of samples was 101 people taken with non probability sampling technique and purposive sampling technique. A simple analysis is simple linear regression.*

*The results of this study indicate that effectiveness of online advertising variables have a very significant influence on the purchase intention in buying products in an online shop. A positive and significant influence on purchase intention.*

*Keyword: Ad effectiveness, Google search network, Purchase Intention*



## DAFTAR ISI

<b>TUGAS AKHIR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan masalah .....</b>	<b>3</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>4</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>4</b>
<b>1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....</b>	<b>4</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTHESIS .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Pemasaran.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.1 Definisi Pemasaran .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.2 Definisi Komunikasi Pemasaran.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran (Marketing Communication Mix).....</b>	<b>6</b>
<b>2.2 Periklanan.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2.1 Pengertian Iklan .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2.3 Fungsi Iklan .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2.4 Efektivitas Iklan .....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 Iklan Online .....</b>	<b>10</b>
<b>2.3.1 Pengertian Iklan Online .....</b>	<b>10</b>
<b>2.3.2 Efektivitas Iklan Online.....</b>	<b>10</b>
<b>2.4 Google Search Network .....</b>	<b>10</b>
<b>2.5 Niat Beli.....</b>	<b>10</b>
<b>2.5.1 Proses Terjadinya Niat Beli .....</b>	<b>13</b>
<b>2.6 Tinjauan Penelitian Terlebih Dahulu .....</b>	<b>14</b>

2.7 Kerangka Konseptual dan Hipotesis.....	15
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>16</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	16
3.2 Populasi dan Sampel .....	16
3.2.1 Populasi .....	16
3.2.2 Sampel .....	16
3.3 Pengumpulan Data.....	17
3.3.1 Sumber Data .....	17
3.3.2 Metode Pengumpulan Data .....	17
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	18
3.4.1 Variabel Penelitian.....	18
3.4.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	18
3.5 Uji Instrumen Penelitian .....	20
3.5.1 Uji Validitas .....	20
3.5.2 Uji Realibilitas .....	21
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	21
3.6.1 Uji Normalitas .....	21
3.6.2 Uji Heteroskedastisitas .....	21
3.7 Uji Kelayakan Model .....	22
3.7.1 Uji Regresi Linear Sederhana.....	22
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi .....	22
3.7.3 Uji t (Uji Parsial) .....	22
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>24</b>
4.1 Pre-Test Kuesioner.....	24
4.2 Analisis Karakteristik Responden .....	25
4.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	26
4.3.1 Uji Validitas .....	26
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	27
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	28
4.4.1 Uji Normalitas .....	28
4.4.2 Uji Heterokedastisitas .....	29
4.5 Uji Kelayakan Model .....	30
4.5.1 Regresi Linier Sederhana .....	30
4.5.2 Uji t .....	31
4.5.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	32
4.6 Pembahasan .....	32
4.6.1 H1 = Efektivitas iklan Online berpengaruh positif terhadap minat beli. ....	32
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>34</b>
5.1 Kesimpulan .....	34
5.2 Saran .....	34

**DAFTAR PUSTAKA ..... 35**

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....</b>	<b>13</b>
<b>Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....</b>	<b>15</b>
<b>Gambar 4.1 Uji Normalitas .....</b>	<b>28</b>
<b>Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....</b>	<b>30</b>

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1.1</b> Populasi dan Potensi Ekonomi Digital Indonesia (KataData, 2017)	2
<b>Tabel 3. 1</b> Operasional Variabel .....	19
<b>Tabel 4.1</b> Hasil Uji Validitas dan Realibilitas 30 Responden.....	24
<b>Tabel 4.2</b> Karakteristik Responden.....	25
<b>Tabel 4.3</b> Uji Validitas 101 Responden .....	27
<b>Tabel 4.4</b> Hasil Uji Reliabilitas 101 Responden .....	28
<b>Tabel 4.5</b> Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	29
<b>Tabel 4.6</b> Regresi antara efektivitas iklan online (X) terhadap Minat beli (Y) .....	31
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Uji t .....	31
<b>Tabel 4.8</b> Koefisien Determinasi .....	32

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian</b> .....	37
<b>Lampiran 2. Analisis Karakteristik Responden</b> .....	41
<b>Lampiran 3. Hasil Uji Pre-test (30 responden)</b> .....	43
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 101 Responden .....	45
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	47
<b>Lampiran 6. Hasil Pengujian Kelayakan Model</b> .....	49