

**PENGARUH TERPAAN IKLAN SHOPEE DI TELEVISI
TERHADAP MINAT BELI ONLINE MASYARAKAT DESA
BANJARKEMANTREN SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Strata – 1 Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Muhammad Diki Dermawan

1152000194

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**PENGARUH TERPAAN IKLAN SHOPEE DI TELEVISI
TERHADAP MINAT BELI ONLINE MASYARAKAT DESA
BANJARKEMANTREN SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Strata – 1 Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Muhammad Diki Dermawan

1152000194

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Muhammad Diki Dermawan**
NBI : **1152000194**
Judul : **Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Di Televisi Terhadap Minat Beli Online Masyarakat Desa Banjarkemantren Sidoarjo**

Mengetahui,

Dekan

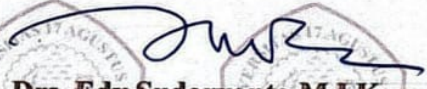
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Surabaya, 9 Juli 2024

Disetujui

Oleh Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP.20120870103

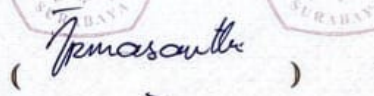

Drs. Edy Sudaryanto M.I.Kom
NPP.20130880165

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 05 juli 2024

Dewan Penguji

1. **Drs. Edy Sudaryanto M.I.Kom**
Ketua
2. **Irmasanthi Danadharma, S.Hub.Int., MA**
Anggota
3. **Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A**
Anggota

()
()

()

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP.20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Diki Dermawan

NBI : 1152000194

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Di Televisi Terhadap Minat Beli Online Masyarakat Desa Banjarkemantren Sidoarjo

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 9 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



(Muhammad Diki Dermawan)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45
SURABAYA TLP.08
EMAIL PERPUS UNTAG
SBY.AC.ID

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Muhammad Diki Dermawan**
NBI : **1152000194**
Fakultas : **Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Jenis Karya : **Skripsi**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada badan perpustakaan universitas 17 agustus 1945 surabaya Hak Bebas Royalty Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Di Televisi Terhadap Minat Beli Online Masyarakat Desa Banjarkemantren Sidoarjo”

Dengan hak bebas royalti noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), badan perpustakaan universitas 17 agustus 1945 surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945

Pada Tanggal : **Selasa, 9 Juli 2024**

Yang Menyatakan,



Muhammad Diki Dermawan

ABSTRAK

Media televisi sebagai media yang tidak termakan oleh zaman membuat, khalayak akan terus melihat begitu banyak dan sering iklan, salah satunya iklan Shopee. Efek terpaan iklan membuat khalayak memperoleh perhatian, pengalaman, dan pesan yang dimaksud. Selain itu, iklan juga memperhatikan keinginan dan kebutuhan khalayak. Minat membeli secara online dapat berkembang sebagai respons langsung terhadap pengalaman positif konsumen terhadap iklan televisi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh terpaan iklan shopee di televisi terhadap minat beli online Masyarakat Desa Banjarkemantren Sidoarjo. Teori dalam penelitian ini yaitu teori *behaviorisme*, teori SR dan teori *advertising exposure*. Teori *behaviorisme* dan teori SR mempelajari perubahan perilaku manusia yang didasari akibat rangsangan internal atau eksternal. Kedua teori tersebut juga berasumsi bahwa perilaku adalah hasil dari asosiasi antara stimulus tertentu dan respons yang dihasilkan. Sedangkan teori *advertising exposure* membahas pengaruh terpaan iklan terhadap konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif yang bersifat asosiatif. Metode dalam penelitian ini adalah metode survey dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive sampling*. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Desa Banjarkemantren Sidoarjo yang berjumlah 8088 dan sampel yang digunakan adalah 100. Analisis data yang digunakan adalah uji asumsi, regresi linier sederhana serta uji hipotesis. Terpaan iklan shopee di televisi memiliki pengaruh tetapi tidak terlalu besar terhadap minat beli online masyarakat Desa Banjarkemantren Sidoarjo. Hal ini di dapatkan dari output SPSS nilai koefisien determinasi terpaan iklan terhadap minat beli online menghasilkan hanya sebesar 35,9%. Hasil yang didapatkan dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} , nilai t_{hitung} (3047) > t_{tabel} (1.984). Angka tersebut menunjukkan bahwa **H_0 ditolak H_a diterima.**

Kata Kunci : Terpaan Iklan, Iklan Shopee, Televisi, Minat Beli Online

ABSTRACT

*Television as a timeless medium ensures that the audience continues to see many and frequent advertisements, one of which is Shopee advertisements. The effect of advertisement exposure enables the audience to gain attention, experience, and the intended message. Moreover, advertisements also consider the desires and needs of the audience. Interest in online shopping can develop as a direct response to the positive experiences consumers have with television advertisements. This study aims to determine whether there is an effect of Shopee advertisement exposure on television on the online buying interest of the community in Banjarkemantren Village, Sidoarjo. The theories utilized in this research include behaviorism theory, stimulus-response (SR) theory, and advertising exposure theory. Behaviorism and SR theories study changes in human behavior resulting from internal or external stimuli. Both theories assume that behavior is a result of the association between specific stimuli and the responses they generate. Meanwhile, advertising exposure theory discusses the impact of advertisement exposure on consumers. This research uses a quantitative explanatory approach that is associative in nature. The method used in this research is a survey method with data collection techniques using questionnaires. The sampling technique used is Purposive sampling. The population of this study is the community of Banjarkemantren Village, Sidoarjo, totaling 8,088, and the sample used is 100. The data analysis used includes assumption tests, simple linear regression, and hypothesis testing. Shopee advertisement exposure on television has an influence but not a significant one on the online buying interest of the community in Banjarkemantren Village, Sidoarjo. This is evident from the SPSS output, where the coefficient of determination for advertisement exposure on online buying interest is only 35.9%. The results obtained from comparing the t-count with the t-table show that the t-count value (3047) > t-table value (1.984). This indicates that **Ho is rejected and Ha is accepted**.*

Keywords: *Advertisement Exposure, Shopee Advertisement, Television, Online Buying Interest*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan anugerah-Nya kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan penyusunan SKRIPSI untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Judul dari Skripsi ini yaitu **“PENGARUH TERPAAN IKLAN SHOPEE DI TELEVISI TERHADAP MINAT BELI ONLINE MASYARAKAT DESA BANJARKEMANTREN SIDOARJO”**. Sholawat serta salam penulis curahkan kepada teladan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan kepada kita jalan yang lurus dan menjadi rahmat bagi seluruh alam.

Selesaiannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak sehingga dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat, penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, M.M., CMA., CPA. Selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Dr.Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom. Selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Drs. Edy Sudaryanto M.I.Kom. Selaku dosen pembimbing 1 yang telah senantiasa membimbing dan memberi masukan kepada saya mengenai skripsi saya.
5. Fransisca Benedicta Avira Citra Paramita, S.I.Kom., M.Med.Kom. Selaku dosen pembimbing 2 yang juga telah senantiasa memberikan masukan, saran, dan mendampingi proses penyusunan skripsi saya.
6. Kedua orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan atas segala hal positif yang penulis inginkan terutama dalam hal Pendidikan.

Sidoarjo, 20 Juni 2024
Penulis,

Muhammad Diki Dermawan
1152000194

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Mamfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori.....	21
2.2.1. Teori <i>Behaviorisme</i>	21
2.2.2. Teori SR	23
2.2.3. Teori <i>Advertising exposure</i>	24
2.3. Landasan Konsep	24
2.3.1. Iklan.....	24
2.3.2. Terpaan Iklan.....	26
2.3.3. Televisi.....	27
2.3.4. Minat Beli.....	28
2.4. Kerangka Pemikiran.....	30
2.5. Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Pendekatan Penelitian	33
3.2. Jenis Penelitian.....	33
3.3. Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel.....	34

3.4. Pengukuran dan Instrumen Penelitian	35
3.4.1 Validitas Data	35
3.4.2. Reabilitas Data	35
3.5. Teknik Pengumpulan Data	36
3.6. Teknik Analisis Data.....	37
3.6.1. Uji Normalitas	37
3.6.2 Uji Linearitas.....	37
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	38
3.7. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	38
3.8. Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	39
3.8.1. Definisi Konsep.....	39
3.8.2 Definisi Operasional.....	40
3.8.3. Operasional Variabel.....	41
3.9. Pengujian Hipotesis.....	44
3.9.1. Uji T (Parsial).....	44
3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Gambaran Objek Penelitian	45
4.1.1. Gambaran Umum Shopee	45
4.1.2. Gambaran Desa Banjarkemantren.....	47
4.2. Penyajian Data	49
4.2.1. Karakteristik Partisipan	49
4.3. Hasil Uji Instrumen	50
4.3.1. Hasil Uji Validitas	50
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	52
4.4 Analisis Deskripsi Variabel.....	53
4.4.1 Deskripsi Variabel Terpaan Iklan Shopee Di Televisi (Variabel X).....	53
4.3.2 Deskripsi Variabel Minat Beli Online (Variabel Y)	61
4.5. Hasil Uji Asumsi.....	68
4.5.1. Hasil Uji Normalitas	68
4.5.2. Hasil Uji Linearitas	69
4.5.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70
4.6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	70
4.7. Hasil Uji Hipotesis	71
4.7.1 Uji T (parsial).....	71
4.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.8. Pembahasan Penelitian.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	77

5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Rekomendasi.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase Penonton Televisi di Indonesia.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	46
Gambar 4. 2 Iklan Shopee di Telvisi.....	47
Gambar 4. 3 Peta Desa Banjarkemantren.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3. 1 Skala Likert	36
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	41
Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian Desa Banjarkemantren	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Tempat Tinggal	50
Tabel 4. 5 Rekapitulasi hasil uji validitas Terpaan Iklan (X).....	51
Tabel 4. 6 Rekapitulasi hasil uji validitas Minat Beli Online (Y)	51
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Terpaan Iklan (X).....	52
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Minat Beli Online (Y).....	52
Tabel 4. 9 Sering melihat iklan shopee di televisi.....	53
Tabel 4. 10 Sering mendengar iklan shopee di televisi.....	53
Tabel 4. 11 Sering membaca iklan shopee di televisi	54
Tabel 4. 12 Iklan shopee sering terlihat dibanding iklan jual beli lain.....	54
Tabel 4. 13 Tabel hasil perhitungan jawaban indikator frekuensi.....	55
Tabel 4. 14 Penulisan kalimat yang ditayangkan pada iklan shopee di televisi mudah dibaca.....	55
Tabel 4. 15 Iklan shopee tidak terlalu rumit dalam menyampaikan pesan sehingga mudah dipahami	55
Tabel 4. 16 Tagline iklan shopee di televisi unik dan menarik sehingga dapat melekat di ingatan	56
Tabel 4. 17 Iklan shopee menampilkan desain grafis dan presentasi visual yang menarik.....	56
Tabel 4. 18 Penampilan konten dalam iklan shopee selalu sangat menarik.....	57
Tabel 4. 19 Bahasa yang digunakan dalam iklan shopee di televisi sangat jelas dan mudah dipahami.	57
Tabel 4. 20 Model dengan adegan yang dilakukan pada iklan shopee di televisi selalu menarik perhatian.....	58
Tabel 4. 21 Tabel hasil perhitungan jawaban indikator Intensitas	58
Tabel 4. 22 Saya melihat iklan shopee di televisi dari awal sampai akhir di setiap penayangannya.....	59
Tabel 4. 23 Saya membaca iklan shopee di televisi dari awal sampai akhir di setiap penayangannya.	59

Tabel 4. 24 Saya mendengarkan iklan shopee di televisi dari awal sampai akhir di setiap penayangannya.....	60
Tabel 4. 25 Tabel hasil perhitungan jawaban indikator Durasi.....	60
Tabel 4. 26 saya sering ingin menggunakan aplikasi shopee untuk belanja online ..	61
Tabel 4. 27 saya cenderung ingin membeli produk yang diiklankan di shopee	61
Tabel 4. 28 Produk yang tersedia di shopee membuat saya ingin menggunakannya dalam kegiatan sehari-hari.....	62
Tabel 4. 29 Tabel hasil perhitungan jawaban indikator Minat Transaksional	62
Tabel 4. 30 Saya sering merefrensikan atau merekomendasikan aplikasi shopee kepada orang lain yang ingin membeli produk	63
Tabel 4. 31 Saya selalu ingin merekomendasikan shopee karena menjual lengkap berbagai macam produk	63
Tabel 4. 32 Saya selalu ingin merekomendasikan shopee karena tempatnya aman dan terpercaya	63
Tabel 4. 33 Saya selalu ingin merekomendasikan shopee karena murah dan banyak tawaran menarik	64
Tabel 4. 34 Tabel hasil perhitungan jawaban indikator Minat Refrensial	65
Tabel 4. 35 Saya lebih memilih untuk melakukan pembelian produk atau layanan melalui platform Shopee daripada platform belanja online lainnya.....	65
Tabel 4. 36 Banyaknya promosi atau iklan yang dilakukan shopee membuat saya tertarik menjadikan shopee menjadi pilihan utama saya saat belanja online.....	66
Tabel 4. 37 Tabel hasil perhitungan jawaban indikator Minat Prefensial.....	66
Tabel 4. 38 Saya selalu ingin mencari info terkait harga sebuah produk yang ditawarkan di shopee.....	67
Tabel 4. 39 Saya selalu ingin mencari tahu tentang kualitas penjualan dan kualitas produk yang ada di shopee	67
Tabel 4. 40 Tabel hasil perhitungan jawaban indikator Minat Eksploratif	68
Tabel 4. 41 Uji Normalitas	68
Tabel 4. 42 Uji Linearitas.....	69
Tabel 4. 43 Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 4. 44 Uji Analisa Regresi Linear Sederhana	70
Tabel 4. 45 Uji T	71
Tabel 4. 46 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian.....	83
Lampiran 2 Output Uji SPSS	86
Lampiran 3 Tabel R	98
Lampiran 4 Tabel Nilai Kritis Distribusi T	99
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	100
Lampiran 6 Lembar Revisi Ujian Skripsi.....	102
Lampiran 7 Kartu Bimbingan	105