

**PENGARUH IKLAN “PALING GAK BISA KALO SOAL
NYETOK MOISTURIZER” DI TIKTOK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN THE ORIGINOTE**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh :

JIHAN AMALIA DARMASYAH

NBI. 1152000201

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

2024

**PENGARUH IKLAN “PALING GAK BISA KALO
SOAL NYETOK MOISTURIZER” DI TIKTOK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN THE
ORIGINOTE**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh :

JIHAN AMALIA DARMASYAH

NBI. 1152000201

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

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Jihan Amalia Darmasyah
NBI : 1152000201
**Judul : Pengaruh Iklan “Palingt Gak Bisa Kalo Soal Nyetok
Moisturizer” di TikTok Terhadap Loyalitas Pelanggan The
Originote**

Surabaya, 5 Juli 2024

Mengetahui

Disetujui Oleh

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dosen Pembimbing I

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si

NPP 20120870103

NPP 20150190816

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 5 Juli 2024

Dewan Penguji :

1. Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si
Ketua

()

2. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom
Anggota

()

3. Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom
Anggota

()

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P.

NPP 2012087010

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Jihan Amalia Darmasyah

NBI : 1152000201

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan “Paling Gak Bisa Kalo Soal Nyetok
Moisturizer” di TikTok Terhadap Loyalitas Pelanggan
The Originote

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar benar karya ilmiah saya sediri 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. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

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

Surabaya, 8 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Jihan Amalia Darmasyah

NBI. 1152000201



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpustakaan@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jihan Amalia Darmasyah
NBI : 1152000201
Fakultaa : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

“Pengaruh Iklan “Paling Gak Bisa Kalo Soal Nyetok Moisturizer” di TikTok Terhadap Loyalitas Pelanggan The Originote”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 08 Juli 2024

Yang Menyatakan,



(Jihan Amalia Darmasyah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama saya ucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT. Atas segala nikmat berupa kesehatan dan kekuatan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan sebagai hasil semangat dan usahaku serta cinta dan kasih sayang kepada orang-orang yang berharga dalam hidupku.

Karya ini penulis persembahkan untuk :

1. Alm. Bapak Soedarmijanto dan Ibu Nur Rochmatul Chasanah selaku orangtua tercinta dari penulis. Terima kasih untuk hari-hari yang telah kau habiskan untuk menjaga, merawat, menyayangi, mendidik, membimbing serta mendoakan penulis. Terima kasih juga telah memberikan dukungan, kasih sayang dan pengorbanan yang telah diberikan. Maka dari itu, karya skripsi ini penulis persembahkan untuk kalian.
2. Kepada saudara kandung saya Firdaus Ramadhani Darmasyah selaku adik kandung penulis yang telah memberikan doa, motivasi serta dukungan yang telah diberikan untuk penulis.
3. Penulis persembahkan untuk diri saya sendiri yang telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dan emosional dari berbagai tekanan di luar keadaan serta tidak pernah memutuskan untuk menyerah dalam sesulit apapun keadaan dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga mampu menyelesaikan dengan sebaik dan semaksimal mungkin. Karya ini merupakan pencapaian dan apresiasi yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.
4. Kepada teman-teman seperjuangan yang saling membantu dan menyemati penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Segenap civitas akademika perguruan tinggi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang saya hormati.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.
Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan mendapat
(siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.”
(Q.S Al- Baqarah : 286)

“maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.
Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”
(Q.S Al-Insyirah, 94 : 5-6)

ABSTRAK

Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin maju dapat memudahkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu teknologi tersebut ialah internet, khususnya media sosial. Media sosial memiliki peran penting dan telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat, seperti mencari informasi, berkomunikasi dengan orang lain, hingga menjadi tempat dalam memasarkan suatu produk atau jasa. Aplikasi TikTok merupakan salah satu media yang dapat membantu dalam kegiatan promosi atau memasarkan suatu produk. Masyarakat dapat menggunakan media sosial TikTok sebagai wadah dalam memasarkan produk atau jasa kepada audiens dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada didalamnya. Tak hanya itu, masyarakat juga dapat memanfaatkan TikTok Ads Manager yang digunakan sebagai tempat dalam mengiklankan suatu produknya melalui media sosial TikTok karena media sosial TikTok memiliki tingkat interaktif yang tinggi kepada audiens sehingga mampu mendapatkan konsumen yang lebih luas. Dengan adanya TikTok Ads ini dapat membantu masyarakat dalam menjangkau konsumen lebih luas sehingga dapat meningkatkan penjualan serta loyalitas atas suatu produk atau brand tersebut.

Kata Kunci : Media Sosial, TikTok, Loyalitas

ABSTRACT

With increasingly advanced technological developments, it can make things easier for people in their daily lives. One of these technologies is the internet, especially social media. Social media has an important role and has become a necessity for society, such as searching for information, communicating with other people, and becoming a place to market a product or service. The TikTok application is a medium that can help in promotional activities or marketing a product. People can use TikTok social media as a forum for marketing products or services to audiences by utilizing the features it contains. Not only that, people can also take advantage of the TikTok Ads Manager which is used as a place to advertise their products via TikTok social media because TikTok social media has a high level of interaction with the audience so it can get a wider range of consumers. With TikTok Ads, it can help people reach wider consumers so that they can increase sales and loyalty to a product or brand.

Keywords: *Social Media, TikTok, Loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Iklan “Paling Gak Bisa Kalo Soal Nyetok Moisturizer” di TikTok Terhadap Loyalitas Pelanggan The Originote” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa bantuan, dukungan, bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih setulustulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
2. Dr. Drs. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Mohammad Insan Romadham, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Wali. Terima kasih telah membimbing dan memberikan motivasi dan arahan selama menjadi mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Dr. Teguh Priyo Sadono, MSI, selaku dosen pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan dan nasihat dengan penuh kesabaran kepada penulis selama proses bimbingan skripsi.
5. Herlina Kusumaningrum, S.Sos, MA selaku dosen pembimbing II yang memberikan arahan selama proses bimbingan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
6. Seluruh Civitas Akademika Dosen dan Staf FISIP yang telah membantu kelancaran penelitian ini.
7. Secara khusus dan yang paling utama yang penulis banggakan kepada Alm. Soedarmijanto dan Nur Rochmatul Chasanah, selaku orang tua terima kasih atas seluruh dukungan, doa, kasih sayang, motivasi, serta pengorbanan yang begitu besar yang senantiasa diberikan kepada penulis, mulai dari apresiasi, kepercayaan, serta doa baik selama proses kuliah hingga skripsi dapat diselesaikan.
8. Firdaus Ramadhani Darmasyah selaku saudara kandung penulis serta keluarga yang telah memberikan banyak dukungan, doa, motivasi, semangat selama proses penulisan sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya.

9. Oni, Aris, Sena, selaku sahabat baik penulis yang menemani dari proses kuliah hingga skripsi. Terima kasih atas dukungan dan bantuan kalian sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
10. Athena Apik yang senantiasa mendukung dan memberikan saran, pendapat, hingga semangat kepada penulis ketika penulis hopeless.
11. Teman-teman Angkatan 2020 yang memberikan banyak doa baik serta dukungan selama proses skripsi.
12. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang memberikan banyak doa baik serta dukungan selama proses skripsi.
13. Seluruh responden yang telah membantu mengisi dan menyebarkan kuesioner yang telah penulis berikan hingga memenuhi target responden skripsi
14. Terakhir tentunya terima kasih untuk diri saya sendiri yang sudah sanggup melangkah hingga sejauh ini, dan semoga usaha yang telah dilakukan akan berbuah dimasa depan.

Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu proses pengerjaan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT. Membalas segala kebbaikannya. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi mahasiswa dan pihak-pihak terkait.

Surabaya, 19 Juni 2024

Jihan Amalia Darmasyah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	I
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	II
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	IV
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....	V
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	VI
MOTTO.....	VII
ABSTRAK.....	VIII
KATA PENGANTAR.....	X
DAFTAR ISI.....	XII
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	9
1.1 1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	9
BAB 2.....	9
KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.2 LANDASAN TEORI.....	20
2.2.1 Teori Stimulus Respons.....	20
2.3 HIPOTESIS.....	21
2.4 LANDASAN KONSEPTUAL.....	22
2.4.1 New Media.....	22
2.4.1.1 Fungsi dan Manfaat New Media.....	22
Adapun fungsi dan manfaat New Media, antara lain.....	22
1. Informasi.....	22

2. Pendidikan.....	22
2.4.2 Iklan.....	24
2.4.2.1 Fungsi Iklan.....	24
2.4.2.2 Indikator Iklan.....	25
2.4.2.3 Jenis-Jenis Iklan.....	26
2.4.2.4 Iklan Media Sosial.....	27
2.4.3 Loyalitas.....	28
2.4.3.1 Faktor Pembentuk Loyalitas Pelanggan.....	28
2.4.3.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	29
2.4.3.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	30
2.5 DEFINISI OPERASIONAL.....	30
BAB 3.....	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 PENDEKATAN PENELITIAN.....	32
3.2 JENIS PENELITIAN.....	33
3.3 POPULASI DAN SAMPEL.....	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 PENGUKURAN DAN INSTRUMEN PENELITIAN.....	34
3.4.1 Validitas Data.....	34
3.4.2 Realibilitas Data.....	34
3.4.3 Uji Normalitas.....	35
3.4.4 Uji Linieritas.....	35
3.4.5 Uji Heterosdastisitas.....	35
3.4.6 Uji Korelasi.....	36
3.4.7 Uji Determinasi.....	36
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	37
3.6 TEKNIK ANALISIS DATA.....	37

3.6.1 Analisis Regresi Sederhana.....	37
3.7 Uji Hipotesis.....	38
3.7.1 Uji T.....	38
3.8 DEFINISI KONSEPTUAL DAN OPERASIONAL VARIABEL.....	38
3.8.1 Definisi Konseptual.....	38
3.8.2 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	39
BAB 4.....	44
HASIL PENELITIAN.....	44
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	44
4.2 Penyajian Data (Data Statistik, Uji Statistik).....	45
4.2.1 Karakteristik Responden.....	45
4.2.2 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian.....	48
4.3 Pembahasan.....	54
BAB 5.....	56
KESIMPULAN.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengguna Media Sosial Paling Banyak Digunakan.....	2
Gambar 2 Pengguna TikTok Terbesar di Dunia.....	3
Gambar 3 Pengguna Lebih Menyukai Bentuk Video Daripada Teks.....	5
Gambar 4 Logo Brand The Originote.....	50
Gambar 5 Iklan TikTok.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Uji Validitas Pngaruh Iklan di TikTok.....	78
Lampiran 2 - Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	79

Lampiran 3 - Uji Reabilitas.....	79
Lampiran 4 - Uji Normalitas.....	80
Lampiran 5 - Uji Linieritas.....	81
Lampiran 6 - Uji Heterosdatisitas.....	81
Lampiran 7 - Uji Korelasi.....	81
Lampiran 8 - Uji Analisis Regresi Sederhana.....	81
Lampiran 9 - Uji T.....	82
Lampiran 10 - Uji Koefisien Deterinasi.....	82
Lampiran 11 - Bukti Kartu Bimbingan Skripsi.....	83
Lampiran 12 - Bukti Turnitin.....	85