

PENGARUH TERPAAN IKLAN KOPI TORABIKA GILUS MIX DI MEDIA MASSA TERHADAP MINAT BELI

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ilmu
Komunikasi Angkatan Tahun 2016)**

SKRIPSI

Oleh :

Adi Armanta

201610415252



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Kopi Torabika Gilus
Mix di Media Massa Terhadap Minat Beli
(Studi Pada Mahasiswa Universitas
Bhayangkara Fakultas Ilmu Komunikasi
Angkatan Tahun 2016)

Nama Mahasiswa : Adi Armanta
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415252
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 Januari 2021

Jakarta, 3 Februari 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

Metha Madona S.Sos, M.I.Kom

NIDN 0318087603

Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom, M.Si

NIDN 0312079501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Kopi Torabika Gilus
Mix di Media Massa Terhadap Minat Beli
(Studi Pada Mahasiswa Universitas
Bhayangkara Fakultas Ilmu Komunikasi
Angkatan Tahun 2016)

Nama Mahasiswa : Adi Armanta

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415252

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 Januari 2021

Jakarta, 3 Februari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0303077002

Penguji I : Metha Madona S.Sos, M.I.Kom

NIDN 0318087603

Penguji II : Saeiful Mujab, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0303108001

MENGETAHUI,

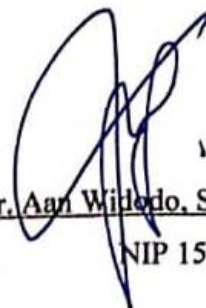
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP 1904409

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Terpaan Iklan Kopi Torabika Gilus Mix di Media Massa Terhadap Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2016).

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang di tulis oleh orang lain kecuali mengutip sebagai referensi yang sumbernya telah ditulis secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan Skripsi in dalam bentuk digital dan mempublikasinya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 3 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



Adi Armanta

201610415252

ABSTRAK

Adi Armanta. 201610415252. Pengaruh Terpaan Iklan Kopi Torabika Gilus Mix di Media Massa Terhadap Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Angkatan Tahun 2016).

Pada penelitian ini, peneliti mengetahui bahwasanya ada pengaruh dari Terpaan Iklan Kopi Torabika Gilus Mix di Media Massa Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2016. Dan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pengaruh Terpaan Iklan Kopi Torabika Gilus Mix di Media Massa Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2016. Meode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif dengan pendekatan survei.

Untuk mendapatkan hasil dari penelitian ini menggunakan media *Google Form* yang dibagikan melalui internet dengan link kepada 166 responden yaitu Mahasiswa Aktif Universitas Bhayangkara Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2016. Dan hasil yang didapat pada penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang cukup besar dari Terpaan Iklan Kopi Torabika Gilus Mix di Media Massa Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2016. Dari hasil analisa yang dilakukan peneliti dapat dikatakan jika pengaruh dari Terpaan Iklan Kopi Torabika Gilus Mix di Media Massa Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2016 cukup besar.

Kata Kunci: Pengaruh Terpaan Iklan, Minat Beli.

ABSTRACT

Adi Armanta. 201610415252. The Effect of Torabika Gilus Mix Coffee Advertisement Exposure in Mass Media on Purchase Intention (A Study of 2016 Students of Bhayangkara University).

In this study, the researcher knows that there is an influence of the exposure of Torabika Gilus Mix Coffee Ads in Mass Media on the Purchase Intention of Bhayangkara University Students, Faculty of Communication Science, Class of 2016. This research has the aim to determine how much influence the advertisement exposure of Torabika Gilus Mix Coffee in Mass Media Against Student Purchase Intention at Bhayangkara University Faculty of Communication Science, Class of 2016. The method used by researchers in this study is the quantitative method with a survey approach.

To get the results of this study using Google Form media which is distributed via the internet with links to 166 respondents, namely active students of Bhayangkara University, Faculty of Communication Science, Class of 2016. And the results obtained in this study indicate that there is a considerable influence from the exposure of Torabika Coffee Ads. Gilus Mix in Mass Media Against Purchasing Intention of Students of Bhayangkara University, Faculty of Communication Science, Generation of 2016. From the results of the analysis conducted by researchers, it can be said that the effect of Torabika Gilus Mix Coffee Advertising Exposure in Mass Media on Purchase Intention of Bhayangkara University Students, Faculty of Communication Sciences, 2016 large enough.

Keywords: Effect of Advertising Exposure, Purchase Interest.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-nya yang telah diberikan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Dan tidak lupa kita panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan yang baik bagi umatnya.

Dalam penyusunan penelitian ini yang berjudul Pengaruh Terpaan Iklan Kopi Torabika Gilus Mix di Media Massa Terhadap Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan Tahun 2016) peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada kedua orang tua dan orang-orang yang telah membantu, membimbing, dan memberi dukungan kepada peneliti. Dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn). Dr. Drs. H. Bambang Karsono S.H, MM, Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.Ikom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara;
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.Ikom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara;
4. Ibu Metha Madona S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen pembimbing Satu yang telah memberikan arahan dan membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini;
5. Kepada Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom, M.Si selaku Dosen Pembimbing Dua yang telah memberikan banyak arahan dan masukan serta viii membantu penulis dalam menyelesaikan Skirpsi ini;
6. Kepada Bapak Aryadillah, S.Sos.I, MM., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dorongan serta motivasi kepada penulis;
7. Dosen Fakultas Ilmu komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staff akademik yang telah berperan penting dalam membantu peneliti membuat Proposal Skripsi ini;

8. Teman-teman dari kelas 9B2 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa cinta dan sayang kepada kalian, karena telah memberikan semangat dan dukungan sehingga laporan skripsi ini dapat terselesaikan;

Peneliti tentunya menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu peneliti berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Namun peneliti tetap berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Jakarta, 3 Februari 2021



Adi Armanta



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitain Terdahulu	7
2.2 Kerangka Konseptual	10
2.2.1 Komunikasi	10
2.2.2 Iklan	10
2.2.3 Minat Beli Konsumen	17

2.3 Kerangka Teoritis	19
2.3.1 Teori Paparan Iklan	19
2.4 Kerangka Pemikiran	21
2.5 Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel	26
3.4 Teknik Sampling	27
3.5 Oprasional Variabel	27
3.6 Teknik Pengmpulan Data	29
3.7 Validitas dan Reliabilitas	31
3.7.1 Validitas	31
3.7.2 Reliabilitas	32
3.7.3 Hasil Uji Pretest Validitas dan Reliabilitas	33
3.8 Teknik Analisis Data	36
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis	37
3.10 Lokasi dan Waktu Penelitian	38
3.10.1 Lokasi	38
3.10.2 Waktu	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Sejarah Singkat Kopi Torabika	40
4.1.2 Foto Kopi Torabika Gilus Mix	41

4.2 Karakteristik Responden	42
4.3 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	44
4.3.1 Variabel Independen X (Terpaan Iklan)	44
4.3.2 Variabel Dependen Y (Minan Beli)	52
4.4 Hasil Uji Hipotesis	62
4.5 Pembahasan	66
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
5.2.1 Saran Teoritis	70
5.2.2 Saran Praktis	70
5.2.3 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Oprasional Vaiabel	28
Tabel 3.2 Acuan Interpretasi Koefisien Korelasi	32
Tabel 3.3 Uji Pretest Variabel X	33
Tabel 3.4 Uji Pretest Variabel Y	34
Tabel 3.5 Reliabilitas penelitian	35
Tabel 3.6 Uji Pretest Reliabilitas Variabel X	35
Tabel 3.7 Uji Pretest Reliabilitas Variabel Y	35
Tabel 3.8 Waktu	38
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir X No. 1	44
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir X No. 2	45
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir X No. 3	46
Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir X No. 4	47
Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir X No. 5	48
Tabel 4.9 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir X No. 6	49
Tabel 4.10 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir X No. 7	50
Tabel 4.11 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir X No. 8	51
Tabel 4.12 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir Y No. 1	52
Tabel 4.13 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir Y No. 2	53
Tabel 4.14 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir Y No. 3	54
Tabel 4.15 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir Y No. 4	55
Tabel 4.16 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir Y No. 5	56

Tabel 4.17 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir Y No. 6	57
Tabel 4.18 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir Y No. 7	58
Tabel 4.19 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir Y No. 8	59
Tabel 4.20 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir Y No. 9	60
Tabel 4.21 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir Y No. 10	61
Tabel 4.22 Hasil Uji Korelasi	62
Tabel 4.23 <i>Variables Entered</i>	63
Tabel 4.24 Model <i>Summary</i>	63
Tabel 4.25 ANOVA	64
Tabel 4.26 Koefisien Analisis Regresi Sederhana	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Rumus Validitas	31
Gambar 3.2. Rumus Cronbach Alpha	32
Gambar 4.1. Produk kopi Torabika Gilus Mix	41
Gambar 4.2. Kurva Uji Hipotesis	65



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.4. Kerangka Pemikiran	21
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Biodata
- Lampiran II : Perhitungan Kuesioner Dengan SPSS Versi 25
- Lampiran III : Kuesioner
- Lampiran IV : Surat Jumlah Mahasiswa Aktif Universitas
Bhayangkara Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan
Tahun 2016
- Lampiran V : Surat Jumlah Keseluruhan Mahasiswa Aktif
Universitas Bhayangkara Fakultas Ilmu Komunikasi
- Lampiran VI : Kartu Bimbingan
- Lampiran VII : Form Perbaikan

