

**PENGARUH IKLAN SPRITE VERSI
#LIHATDENGANJERNIH DI YOUTUBE TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK SPRITE (STUDI
PADA MASYARAKAT KAMPUNG RAWA SEMUT
BEKASI TIMUR)**

SKRIPSI

**Oleh:
REZA JORDANI SALEH AL AMMARI
201610415237**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

**PENGARUH IKLAN SPRITE VERSI
#LIHATDENGANJERNIH DI YOUTUBE TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK SPRITE (STUDI
PADA MASYARAKAT KAMPUNG RAWA SEMUT
BEKASI TIMUR)**

SKRIPSI

**Oleh:
REZA JORDANI SALEH AL AMMARI
201610415237**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Sprite versi
#LihatDenganJernih di YouTube
Terhadap Keputusan Membeli Produk
Sprite (Studi Pada Masyarakat
Kampung Rawa Semut Bekasi Timur)

Nama Mahasiswa : Reza Jordani Saleh Al Ammari

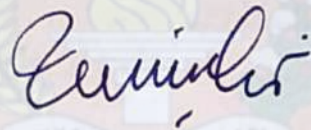
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415237

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Sidang Skripsi : 20 Juli 2023

Jakarta, 1 Agustus 2023

MENYETUJUI,
Pembimbing



Dr. Dwinarko, Drs., M.M., M.H

NIDN. 312026604

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Sprite versi #LihatDenganJernih di YouTube Terhadap Keputusan Membeli Produk Sprite (Studi Pada Masyarakat Kampung Rawa Semut Bekasi Timur)

Nama Mahasiswa : Reza Jordani Saleh Al Ammari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415237

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Sidang Skripsi : 20 Juli 2023

Jakarta, 1 Agustus 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi

NIDN. 323057006

Penguji I : Dr. Dwinarko, Drs., M.M., M.H

NIDN. 312026604

Sekretaris Penguji : Syahrul Hidayanto, S.Sos, M.Si

NIDN. 0319059501

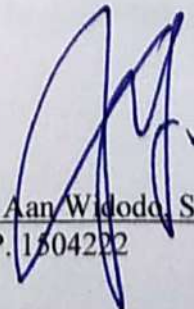
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP. 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widado, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **PENGARUH IKLAN SPRITE VERSI #LIHATDENGANJERNIH DI YOUTUBE TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK SPRITE (STUDI PADA MASYARAKAT KAMPUNG RAWA SEMUT BEKASI TIMUR)**

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

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

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 1 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Reza Jordani Saleh Al Ammari

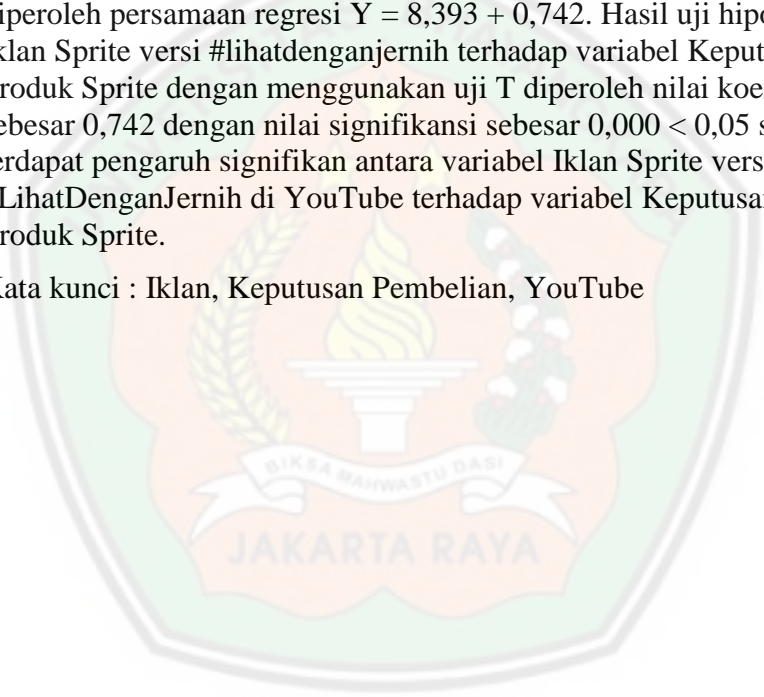
201610415237

ABSTRAK

Reza Jordani Saleh Al Ammari. 201610415237. Pengaruh Iklan Sprite versi #LihatDenganJernih di YouTube Terhadap Keputusan Membeli Produk Sprite (Studi Pada Masyarakat Kampung Rawa Semut Bekasi Timur).

Penelitian ini membahas tentang pengaruh Iklan terhadap Keputusan Membeli Produk. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Iklan Sprite versi #LihatDenganJernih di YouTube terhadap Keputusan Membeli Produk Sprite oleh Masyarakat Kampung Rawa Semut Bekasi Timur dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya. Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear sederhana dalam bentuk survei. Sampel penelitian ini sebanyak 98 responden. Hasil penelitian diperoleh data hasil regresi linier sederhana diperoleh persamaan regresi $Y = 8,393 + 0,742$. Hasil uji hipotesis pengaruh Iklan Sprite versi #lihatdenganjernih terhadap variabel Keputusan Membeli Produk Sprite dengan menggunakan uji T diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,742 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga terdapat pengaruh signifikan antara variabel Iklan Sprite versi #LihatDenganJernih di YouTube terhadap variabel Keputusan Membeli Produk Sprite.

Kata kunci : Iklan, Keputusan Pembelian, YouTube



ABSTRACT

Reza Jordani Saleh Al Ammari. 201610415237. The Effect of Sprite Advertisement version #SeeWithClear on YouTube on The Decision to Purchase Sprite products (Study on The Community of Kampung Rawa Semut East Bekasi).

This study discusses the effect of Advertising on the decision to purchase a product. The purpose of this study was to find out how much effect the Sprite advertisement version #seewithclear on YouTube has on the decision to purchase Sprite products by the people of Kampung Rawa Semut East Bekasi and what factors influence it. This research method is a quantitative method with a simple linear regression analysis technique in the form of a survei. The sample of this research is 98 respondents. The results of the study obtained data from simple linear regression results obtained by the regression equation $Y = 8,393 + 0,742$. The results of the hypothesis test on the effect of the Sprite advertisement version #seewithclear on the decision variable to purchase Sprite products by using the T test obtained a regression coefficient of 0,742 with a significance value of $0,000 < 0,05$ so that there is a significant influence between the variable Sprite advertisement version #seewithclear on YouTube on the decision variable to purchase Sprite products.

Keywords : Advertising, Purchase Decision, YouTube

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Berkat perjuangan yang tak kenal menyerah serta diiringi dengan doa, maka skripsi yang berjudul **“Pengaruh Iklan Sprite versi #LihatDenganJernih di YouTube Terhadap Keputusan Membeli Produk Sprite (Studi Pada Masyarakat Kampung Rawa Semut Bekasi Timur)”** dapat diselesaikan pada waktu yang telah ditentukan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat wajib untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

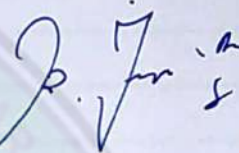
Selama proses penulisan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih terutama kepada Allah SWT dan orang tua tercinta yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, perhatian dan kasih sayang hingga bantuan dari segi moril maupun materil. Selain itu, dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Dwinarko, Drs., M.M., M.H, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada saya dalam menyelesaikan Skripsi.
5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh rekan kerja akademik yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah berperan penting terhadap proses pembuatan Skripsi ini.

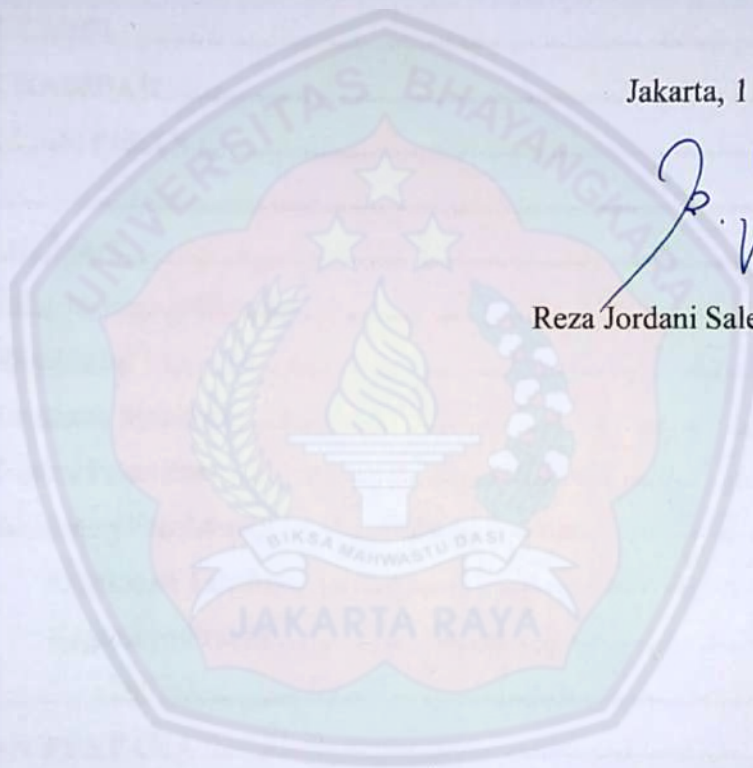
6. Sahabat-sahabat dekat saya yang selalu memberikan semangat dan energi positif Rizky Nopi Riadi. SE, Fikri Hidayat. S.M, Handoko Wisnu Ramstama.

Penulis menyadari dalam penulisan Skripsi ini masih banyak sekali kekurangan dalam teknik penyajian maupun materi yang dituliskan oleh penulis, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun penulis agar penulisan ini bisa menjadi lebih baik lagi ke depannya.

Jakarta, 1 Agustus 2023



Reza Jordani Saleh Al Ammari



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kerangka Konsep	12
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	12
2.2.2 YouTube.....	13
2.2.3 Iklan di YouTube	14
2.2.4 Sikap.....	16
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	16
2.2.6 Faktor-faktor Perilaku Pembelian Konsumen	18
2.3 Kerangka Teori.....	21
2.4 Kerangka Pemikiran	21

2.5	Hipotesis Penelitian	23
BAB III.....		24
METODOLOGI PENELITIAN		24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Metodologi Penelitian	24
3.3	Populasi dan Sampel	25
3.3.1	Populasi	25
3.3.2	Sampel.....	25
3.4	Teknik Sampling	26
3.5	Operasional Variabel	27
3.6	Teknik Pengumpulan Data	29
3.7	Teknik Analisis Data	30
3.7.1	Uji Validitas	31
3.7.2	Uji Reliabilitas	32
3.7.3	Uji Asumsi	33
3.7.4	Uji Regresi Linier Sederhana	34
3.7.5	Uji Hipotesis	34
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
BAB IV		36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Hasil Penelitian.....	36
4.1.1	Gambaran Umum Responden	36
4.1.2	Karakteristik Responden	36
4.1.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	39
4.1.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
4.1.5	Hasil Uji Linieritas	47
4.1.6	Hasil Uji Normalitas	48
4.1.7	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	49
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis	50
4.2	Pembahasan	51
BAB V.....		55
PENUTUP.....		55
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran	56

5.2.1	Saran Akademis	56
5.2.2	Saran Praktis	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Operasional Variabel X.....	28
Tabel 3.2 Operasional Variabel Y.....	29
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	33
Tabel 4.1 Klasifikasi responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Klasifikasi responden berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.3 Klasifikasi responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	37
Tabel 4.4 Klasifikasi responden berdasarkan Profesi.....	37
Tabel 4.5 Klasifikasi responden berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	38
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel X.....	39
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Y.....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas.....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	22



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa
- Lampiran 2 : Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 : Form Perbaikan Skripsi
- Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5 : Data Tabulasi Responden
- Lampiran 6 : Karakteristik Identitas Responden
- Lampiran 7 : Deskripsi Variabel Penelitian
- Lampiran 8 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 9 : Hasil Uji Asumsi
- Lampiran 10 : Hasil Uji Model
- Lampiran 11 : Hasil Uji Hipotesis

