

**PENGARUH IKLAN BIRTHDAY SALE 12.12 SHOPEE TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI (STUDI KUANTITATIF PADA MAHASISWA
ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
ANGKATAN 2017 DAN 2018)**

SKRIPSI



disusun oleh

Dedhi Wahyu Pramono

17.96.0058

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2023

**PENGARUH IKLAN BIRTHDAY SALE 12.12 SHOPEE TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI (STUDI KUANTITATIF PADA MAHASISWA
ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
ANGKATAN 2017 DAN 2018)**

Skripsi

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana

pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Dedhi Wahyu Pramono

17.96.0058

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2023**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN BIRTHDAY SALE 12.12 SHOPEE TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI**
(Studi Kuantitatif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom
Yogyakarta Angkatan 2017 dan 2018)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dedhi Wahyu Pramono

17.96.0058

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 1 April 2023

Dosen Pembimbing,



Alvian Alrasid Ajibulloh, M.I.Kom

NIK. 190302486

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN BIRTHDAY SALE 12.12 SHOPEE TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI
(Studi Kuantitatif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom
Yogyakarta Angkatan 2017 dan 2018)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dedhi Wahyu Pramono

17.96.0058

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 3 Maret 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng.
NIK. 190302107

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A
NIK. 190302435

Mulyadi Erman, S.Ag, MA
NIK. 190302571



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 3 Maret 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Lutfhi, S.T., M.Kom
NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 9 Februari 2023



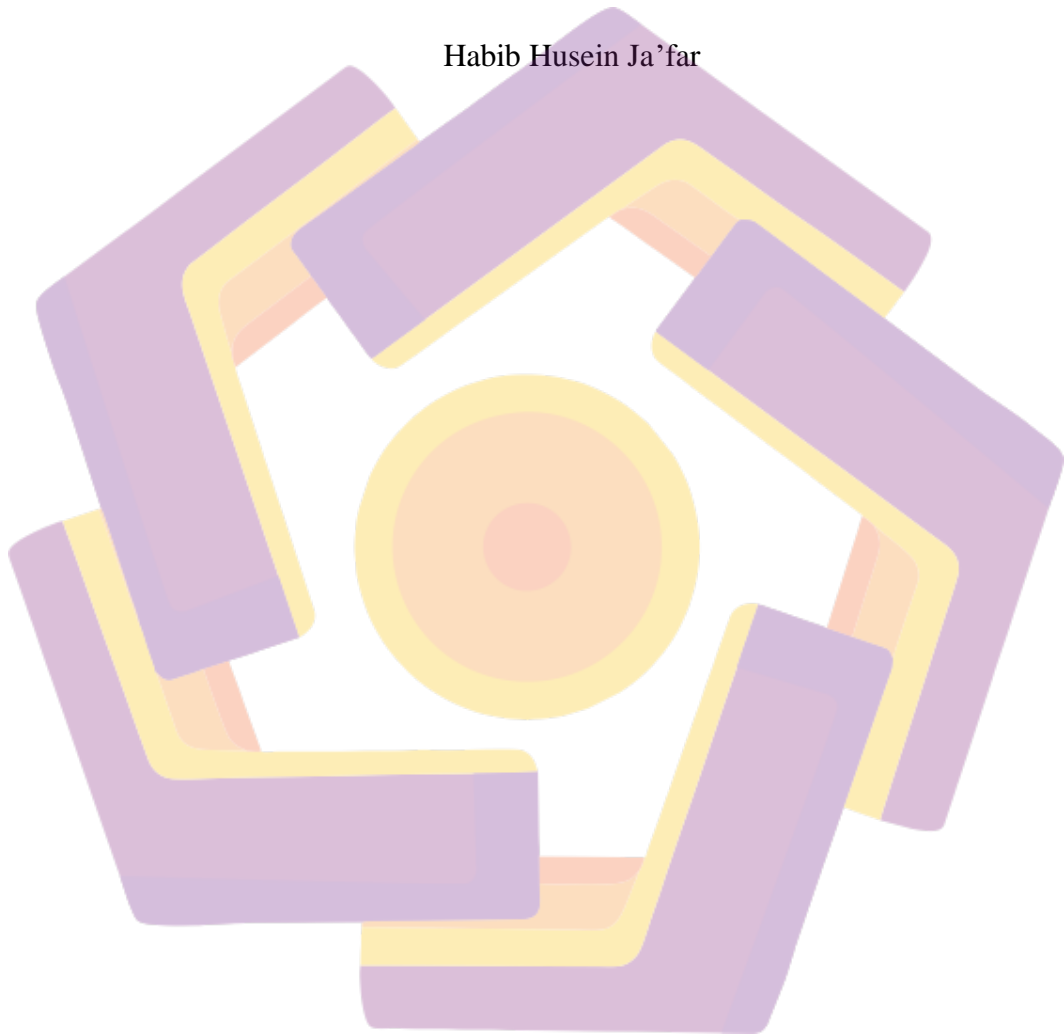
Dedhi Wahyu Pramono

NIM. 17.96.0058

MOTTO

"Mengalah bukan berarti kalah, tapi justru puncak kemenangan."

Habib Husein Ja'far



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Diri saya sendiri, yang mau berjuang melawan rasa malas.
2. Ibu saya yang telah melahirkan, memberikan dukungan materi, dan memberi pelajaran hidup sehingga skripsi dapat menyelesaikanya.
3. Ayah saya yang sudah memotivasi saya agar jauh lebih baik, sehingga saya terdorong untuk memikirkan masa depan saya kelak, dimulai dengan menyelesaikan skripsi.
4. Kakak saya, Luluk yang ikut membantu kegiatan saat saya skripsi dan memberikan semangat.
5. Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam memberikan arahan dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman – teman saat kuliah yang mau bergaul bersama.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Iklan Birthday Sale 12.12 Shopee Terhadap Keputusan Membeli (Studi Kuantitatif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta Angkatan 2017 dan 2018)”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ilmu komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis menyadari tanpa ada bimbingan, bantuan dan nasehat dari berbagai pihak skripsi ini tidak mungkin terselesaikan. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus – tulusnya kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta).
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng (Kaprod, Universitas Amikom Yogyakarta).
4. Alvian Alrasid Ajibulloh, S.I.Kom.,M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Orang tua yang senantiasa mendukung, mendoakan, dan memberikan motivasi.
6. Responden penelitian yang secara sukarela membantu proses pengumpulan data.
7. Teman-teman terdekat yang selalu memberikan *support*.

Yogyakarta, 28 Februari 2023

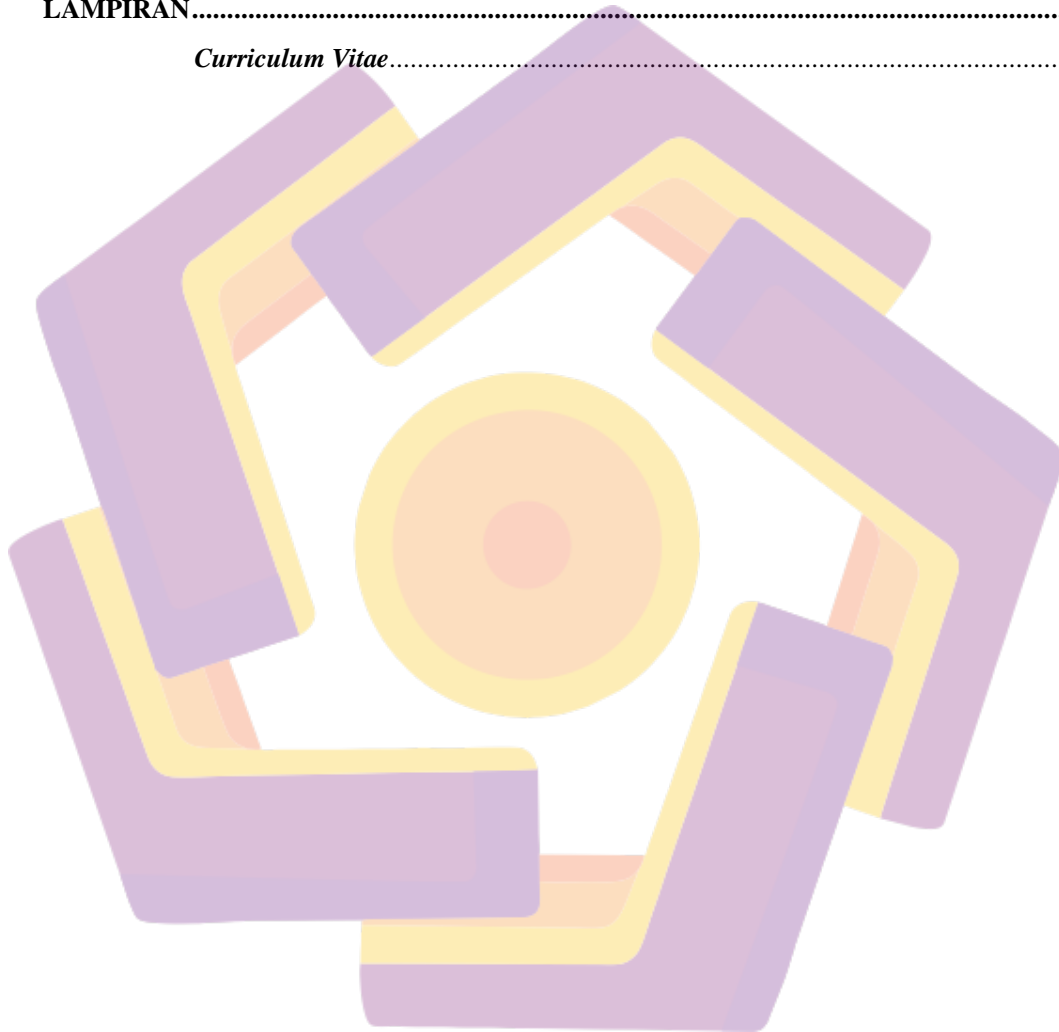
Penulis

DAFTAR ISI

COVER (Depan)	I
COVER (Belakang)	II
PERSETUJUAN	III
PENGESAHAN	IV
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	V
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
INTISARI	XIV
ABSTRACT	XV
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 <i>Latar Belakang</i>	<i>1</i>
1.2 <i>Rumusan Masalah</i>	<i>15</i>
1.3 <i>Tujuan Penelitian</i>	<i>15</i>
1.4 <i>Manfaat Penelitian</i>	<i>16</i>
1.5 <i>Sistematika Bab</i>	<i>16</i>
BAB II	18
TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 <i>Kerangka Teori</i>	<i>18</i>

2.1.1	Komunikasi Pemasaran.....	18
2.1.2	Periklanan	20
2.1.3	AIDA (Attention, Interest, Desire, Action).....	24
2.1.4	Keputusan Pembelian	28
2.1.5	Hubungan Antar Variabel	31
2.2	<i>Penelitian Terdahulu</i>	32
2.3	<i>Kerangka Pemikiran</i>	36
2.4	<i>Hipotesis Penelitian</i>	37
BAB III	40
METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1	<i>Desain Penelitian</i>	40
3.1.1	Jenis Penelitian.....	40
3.1.2	Paradigma Penelitian	41
3.2	<i>Objek Penelitian</i>	42
3.3	<i>Populasi dan Sampel</i>	42
3.3.1	Populasi	42
3.3.2	Sampel	44
3.4	<i>Teknik pengumpulan data</i>	47
3.4.1	Data Primer	47
3.4.2	Data Sekunder	47
3.5	<i>Teknik analisis data</i>	48
3.5.1	Uji validasi	48
3.5.2	Uji reliabilitas.....	49
3.5.3	Uji asumsi klasik	50
3.5.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
3.5.5	Uji Hipotesis	52
BAB IV	54
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1.	<i>Gambaran Umum Objek Penelitian</i>	54
4.1.1.	Sejarah Berdirinya Shopee.....	54
4.1.2.	Iklan Shopee 12.12 Birthday Sale Tahun 2021	55
4.2.	<i>Karakteristik Responden</i>	56
4.3.	<i>Analisis Dan Pembahasan</i>	58
4.3.1	Uji Validitas	58
4.3.2	Uji Reliabilitas	60
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	61
4.3.4	Pengujian Hipotesis.....	65
4.3.5	Hasil Uji Hipotesis	68

BAB V	75
KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1. <i>Kesimpulan</i>	75
5.2. <i>Saran</i>	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	80
<i>Curriculum Vitae</i>	101

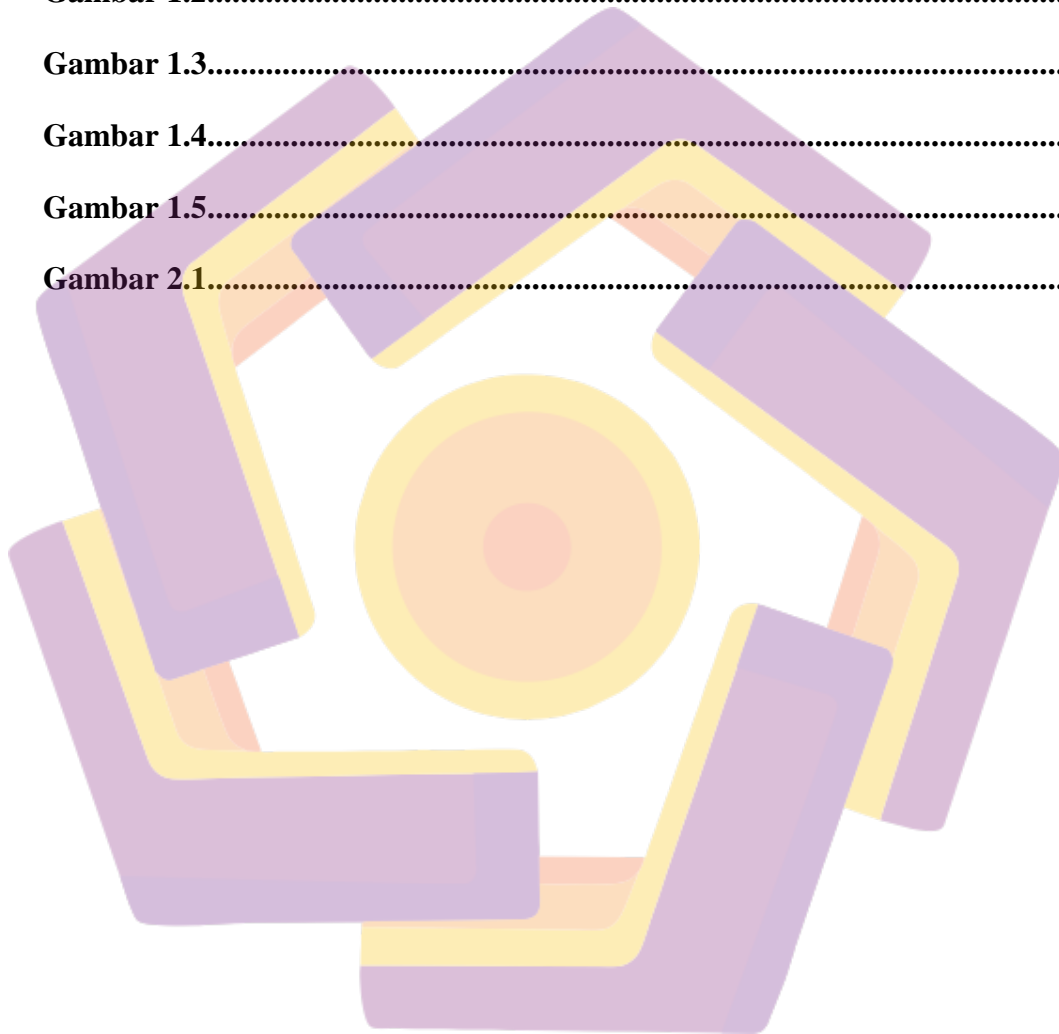


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	25
Tabel 2.2	33
Tabel 3.1	43
Tabel 3.2	46
Tabel 3.3	48
Tabel 4.1	56
Tabel 4.2	57
Tabel 4.3	57
Tabel 4.4	59
Tabel 4.5	60
Tabel 4.6	61
Tabel 4.7	62
Tabel 4.8	63
Tabel 4.9	64
Tabel 4.10	65
Tabel 4.11	66
Tabel 4.12	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	5
Gambar 1.2.....	7
Gambar 1.3.....	8
Gambar 1.4.....	10
Gambar 1.5.....	11
Gambar 2.1.....	37



INTISARI

Penelitian ini Bertujuan untuk menganalisis hubungan AIDA (*attention, interest, desire, action*) atau perhatian, ketertarikan, minat dan tindakan terhadap keputusan membeli dan menganalisis variabel yang berpengaruh terhadap keputusan membeli mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta Angkatan 2017 dan 2018.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini terdiri dari 91 responden. Proses pengumpulan data penelitian ini dari hasil penyebaran kuesioner yang selanjutnya dianalisis menggunakan Instrumen penelitian yaitu dengan uji Validitas dan Reliabilitas. Metode analisis menggunakan korelasi linier berganda dan koefisien determinasi serta uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan uji F.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan besarnya angka koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,541 atau 54,1%. Angka tersebut berarti bahwa sebesar 54,1% tingkat keputusan membeli yang terjadi dapat dijelaskan dengan variabel *attention, interest, desire, dan action*. Sementara sisanya, yaitu 55,9% harus dijelaskan oleh faktor-faktor penyebab lainnya. (*Attention*) X1, Ketertarikan (*Interest*) X2, Tindakan (*Action*) X4 memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) namun Minat (*Desire*) X3 tidak berpengaruh, *Desire* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan membeli yang ditunjukkan berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan variabel *Desire* $1.192 > 0.05$.

Kata kunci : Perhatian (*Attention*), Ketertarikan (*Interest*), Minat (*Desire*), Tindakan (*Action*) dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the AIDA relationship (attention, interest, desire, action) or attention, interest, interest and action on buying decisions and analyze the variables that influence buying decisions at Amikom University Yogyakarta Class of 2017 and 2018.

This research uses quantitative methods. This study consisted of 91 respondents. The process of collecting research data from the results of distributing questionnaires which were then analyzed using research instruments, namely the Validity and Reliability tests. The analytical method uses multiple linear correlation and the coefficient of determination as well as hypothesis testing in this study using the t-test and F-test.

Based on research that has been done, the coefficient of determination (R^2) is 0.541 or 54.1%. This figure means that 54.1% of the level of purchasing decisions that occur can be explained by the variables attention, interest, desire, and action. While the remaining 55.9% must be explained by other causal factors. (Attention) X_1 , Interest (Interest) X_2 , Action (Action) X_4 has an influence on the Purchase Decision (Y) but Interest (Desire) X_3 has no effect, Desire has no influence on the purchase decision which is shown based on the results of the t-test which shows the variable Desire $1.192 > 0.05$.

Keywords: Attention, Interest, Interest, Action, and Purchase Decision.