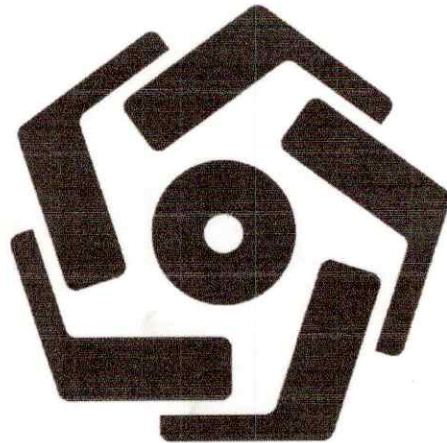


**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN FACEBOOK ADS UNTUK
MENINGKATKAN PENGUNJUNG WEBSITE MASANDO
INTITAMA MENGGUNAKAN METODE REGRESI
LINEAR BERGANDA**

SKRIPSI



disusun oleh

Krisnata Dwi Fahmi

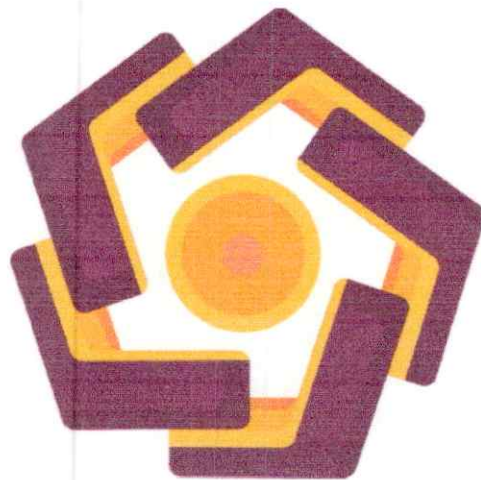
16.12.9407

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN FACEBOOK ADS UNTUK
MENINGKATKAN PENGUNJUNG WEBSITE MASANDO
INTITAMA MENGGUNAKAN METODE REGRESI
LINEAR BERGANDA**

SKRIPSI

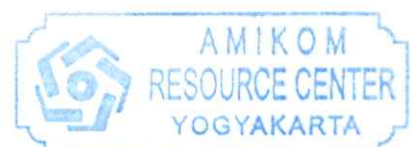
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana pada
Program Studi Sistem Informasi



Oleh
Krisnata Dwi Fahmi
16.12.9407

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

ii



PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN FACEBOOK ADS UNTUK
MENINGKATKAN PENGUNJUNG WEBSITE MASANDO
INTITAMA MENGGUNAKAN METODE REGRESI
LINEAR BERGANDA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Krisnata Dwi Fahmi

16.12.9407

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 20 September 2019

Dosen Pembimbing,



Joko Dwi Santoso, M.Kom

NIK. 190302181

PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN FACEBOOK ADS UNTUK
MENINGKATKAN PENGUNJUNG WEBSITE MASANDO
INTITAMA MENGGUNAKAN METODE REGRESI**

LINEAR BERGANDA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Krisnata Dwi Fahmi

16.12.9407

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 11 februari 2020

Susunan Dewan Penguji


Nama Penguji

Joko Dwi Santoso, M.Kom
NIK. 190302181

Ike Verawati, M.Kom
NIK. 190302237

Andika Agus Slameto, M.Kom
NIK. 190302109

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 22 februari 2020

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Krisnawati, S.Si., M.T.
NIK. 190302038

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah 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 diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 18 / Februari / 2020



Krisnata Dwi Fahmi

NIM 16.12.9407

MOTTO

“Rasa sakit yang tidak sampai membunuh mu dan mampu kamu lalui, akan menjadikan kamu menjadi lebih kuat dari sebelumnya.”

- Krisnata Dwi Fahmi -



PERSEMBAHAN

penulis mempersembahkan dan mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

1. Terimakasih dan syukur kepada Allah SWT yang memberikan nikmat dan kasih sayangnya yang tak terhingga sampai sejauh ini.
2. Terimakasih kepada mama dan bapak tercinta, yang sudah bekerja keras, selalu memberikan dukungan, doa, serta semangat.
3. Terimakasih kepada dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingannya dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini.
4. Terimakasih kepada keluarga kontrakan yang selalu memberikan dukungan dan doa.
5. Terimakasih kepada mereka yang telah menyakiti ku hingga aku bersemangat mengerjakan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada saya sendiri yang telah bertahan sejauh ini

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, kemudahan, kelancaran dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa sholawat serta salam selalu dicurahkan kepada nabi besar dan rasul junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya.

Skripsi ini merupakan salah satu bentuk persyaratan kelulusan jenjang Program Strata satu (S1) jurusan Sistem Informasi pada Universitas Amikom Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan .

Dalam pembuatan skripsi ini, tentu saja penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Joko Dwi Santoso, M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang memberikan bimbingan, nasehat serta waktunya selama penelitian dan penulisan skripsi ini.
4. Tim penguji, segenap dosen dan karyawan Universitas Amikom.
5. Kedua orang tua tercinta atas doa, kasih sayang, dan semangatnya.
6. Sahabat dan teman kontrakan yang telah memberikan dukungan dan semangat.
7. Teman-teman 16-S1SI-07 yang telah menemani selama proses perkuliahan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang lebih kepada semua yang telah ikut membantu saya dan menyelesaikan skripsi ini. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan diterima dengan senang hati. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya dan kita semua.

penulis ucapkan terima kasih atas kesediaannya untuk membaca dan memahami skripsi ini.

Wasalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh



DAFTAR ISI

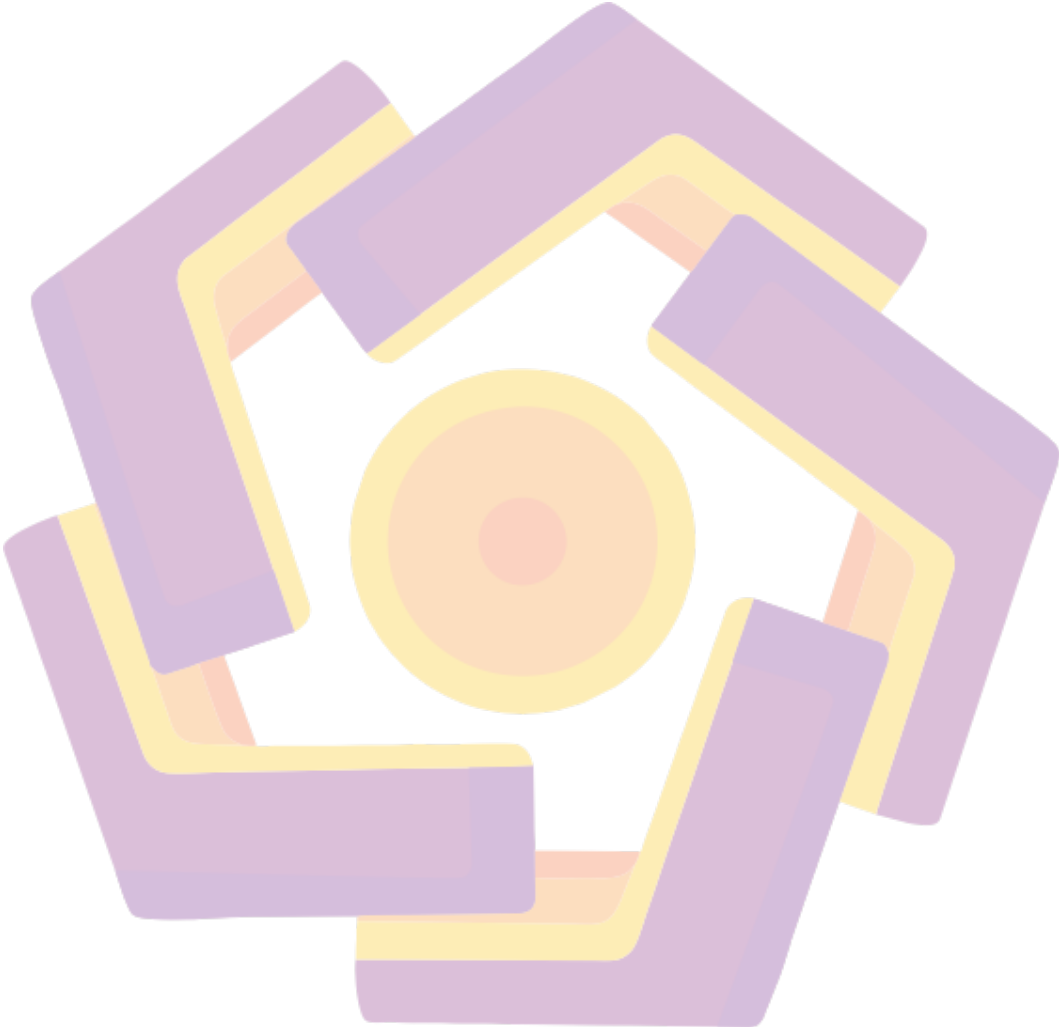
JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	6
1.6.1 Metode Pengumpulan data.....	6
1.6.2 Metode Analisis.....	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	7

1.7.1	BAB I : Pendahuluan.....	7
1.7.2	BAB II : Landasan Teori	7
1.7.3	BAB III : Analisis dan Perancangan	7
1.7.4	BAB IV : Hasil dan Pembahasan	7
1.7.5	BAB V : Penutup.....	7
BAB II.....		8
LANDASAN TEORI		8
2.1	Tinjauan Pustaka	8
2.2	Dasar Teori	10
2.2.1	<i>Marketing</i>	10
2.2.2	<i>E-commerce</i>	11
2.2.3	<i>Promotion Mix</i>	12
2.2.4	<i>Regresi</i>	15
2.3	Kerangka Pemikiran	16
2.4	Hipotesis.....	17
BAB III.....		18
ANALISIS DAN PERANCANGAN.....		18
3.1	Deskripsi Perusahaan.....	18
3.2	Analisis Masalah	18
3.3	Solusi Yang Dapat Di Terapkan	19
3.4	Analisa Kebutuhan	19
3.4.1	Kebutuhan Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	19
3.4.2	Kebutuhan Fungsional.....	19
3.4.3	Kebutuhan Non Fungsional.....	20
3.5	Analisa kebutuhan	20

3.5.1	Kelayakan Teknologi	20
3.5.2	Kelayakan Hukum	20
3.6	Operasionalisasi Variabel	21
3.6.1	Perancangan Proses	23
3.7	Penjelasan Diagram Rancangan Analisis	24
BAB IV	30
IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	30
4.1	Perancangan iklan	30
4.2	Pengumpulan Data	33
4.3	Uji Asumsi Klasik	36
4.3.1	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	36
4.3.2	Uji Linearitas	42
4.3.3	Uji Multikolinieritas	46
4.3.4	Uji Heteroskedastisitas	49
4.4	Uji Regresi Linear Berganda	55
BAB V	58
PENUTUP	58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian 9
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel..... 22



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet, Telpon, dan Media Sosial	3
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	16
Gambar 3.2 Data Pengunjung Website Sebelum Memakai Facebook Ads	18
Gambar 3.6.1 Diagram Rancangan Analisis	23
Gambar 4.1 Halaman Facebook Masando Intitama	30
Gambar 4.2 Memilih Tujuan Promosi	31
Gambar 4.3 Materi Iklan	31
Gambar 4.4 Teks Dan Penargetan Iklan	32
Gambar 4.5 Penempatan, Durasi Dan Biaya Iklan	32
Gambar 4.2.1 Kinerja Iklan Dan Jumlah Visitor 1 Hari	33
Gambar 4.2.2 Kinerja Iklan Dan Jumlah Visitor 2 Hari	34
Gambar 4.2.3 Kinerja Iklan Dan Jumlah Visitor 3 Hari	34
Gambar 4.2.4 Kinerja Iklan Dan Jumlah Visitor 4 Hari	35
Gambar 4.2.5 Kinerja Iklan Dan Jumlah Visitor 5 Hari	35
Gambar 4.2.6 Hasil Pengumpulan Data	36
Gambar 4.2.7 Pengaturan Variabel Di SPSS	36
Gambar 4.3.1.1 Pengaturan Data View	37
Gambar 4.3.1.2 Data	38
Gambar 4.3.1.3 Regression Linear	39
Gambar 4.3.1.4 Pengaturan Linear Regression	40
Gambar 4.3.1.5 Data RES_1	40
Gambar 4.3.1.6 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	41
Gambar 4.3.1.7 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	41
Gambar 4.3.2.1 Scatter/Dot	43
Gambar 4.3.2.2 Simple Scatter	43
Gambar 4.3.2.3 Simple Scatter Setting	44
Gambar 4.3.2.4 Graph Scatterplot	45
Gambar 4.3.3.1 Uji Multikolonieritas	46
Gambar 4.3.3.2 Setting Linear Regression	47

Gambar 4.3.3.3 Linear Regression Statistic Setting.....	48
Gambar 4.3.3.4 Output Coefficients Multikolinieritas	48
Gambar 4.3.4.1 Langkah Pertama Uji Heteroskedastisitas	49
Gambar 4.3.4.2 Pengaturan Variabel Dependent Dan Independent(s)	50
Gambar 4.3.4.3 Centang Unstandardized Pada Residuals	51
Gambar 4.3.4.4 Compute Variabel.....	51
Gambar 4.3.4.5 Melakukan Compute Variabe.....	52
Gambar 4.3.4.6 Variabel Abs_RES	52
Gambar 4.3.4.7 Melakukan Uji Glejser	53
Gambar 4.3.4.8 Variabel Abs_RES sebagai Dependent.....	53
Gambar 4.3.4.9 Hilangkan Centang Unstandardizer Residuals	54
Gambar 4.3.4.10 Output Uji Glejser	54
Gambar 4.4.1 Langkah Pertama Regresi Linear Berganda.....	55
Gambar 4.4.2 Memasukan Variabel Ke Kolom Masing-Masing.....	57
Gambar 4.4.3 Dialog Linear Regression :Statistic	57
Gambar 4.4.4.1 Outuput Model Summary SPSS	57
Gambar 4.4.4.2 Output ANOVA SPSS.....	57
Gambar 5.1.1 Ringkasan Analisis Regresi Berganda	59
Gambar 5.1.2 Data Pengunjung Website Setelah Memakai Facebook Ads	59

INTISARI

Penggunaan facebook ads di percaya mampu meningkatkan pengunjung maupun interaksi produk dalam sebuah konten yang berhubungan langsung dengan customer secara langsung atau *real time*.

Berdasarkan permasalahan di atas peneliti menggunakan metode regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan facebook ads dalam menarik pengunjung *website*.

Hasil penelitian berupa persentase pengaruh variabel facebook ads dalam meningkatkan pengunjung *website* objek.

Kata-kunci: Facebook ads, website, pengunjung website.

ABSTRACT

Using Facebook ads is believed to be able to increase visitors and product interactions in a content that is directly related to the customer directly or in real time.

Based on the problem above, the researcher uses multiple linear regression method to find out how much influence the use of Facebook ads in attracting website visitors.

The results of the study in the form of a percentage of the influence of facebook ads variables in increasing website visitors.

Keywords: *Facebook ads, website, website visitors.*

