

**PENGARUH PROMOSI VISUAL “SERBA 35000” TERHADAP MOTIVASI
PEMBELIAN KONSUMEN TOKO “SERBA 35000” DI JALAN
KALIURANG KM.8**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Widya Puspitasari

21.96.2498

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**PENGARUH PROMOSI VISUAL “SERBA 35000” TERHADAP MOTIVASI
PEMBELIAN KONSUMEN TOKO “SERBA 35000” DI JALAN
KALIURANG KM.8**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Widya Puspitasari

21.96.2498

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI VISUAL “SERBA 35000” TERHADAP MOTIVASI
PEMBELIAN KONSUMEN TOKO “SERBA 35000” DI JALAN
KALIURANG KM.8**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Widya Puspitasari
21.96.2498

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 27 Februari 2025

Dosen Pembimbing,



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

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI VISUAL “SERBA 35000” TERHADAP MOTIVASI
PEMBELIAN KONSUMEN TOKO “SERBA 35000” DI JALAN
KALIURANG KM.8**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Widya Puspitasari
21.96.2498

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 27 Februari 2025

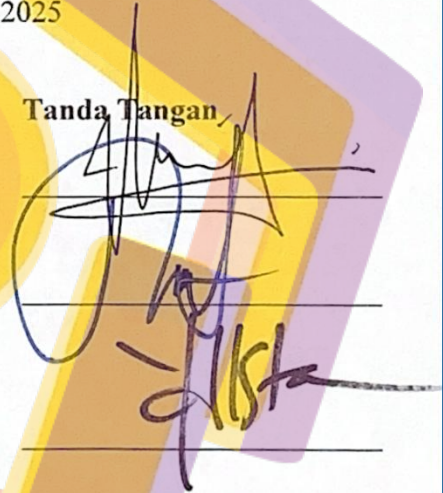
Nama Penguji

Alvian Alrasid Ajibulloh, M.I.Kom.
NIK. 190302486

Angga Intueri Mahendra Purbakusuma,
S.Sos., M.I.Kom.
NIK. 190302339

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

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
27 Februarui 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINILITAS

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 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, 26 Februari 2024

Widya Puspitasari
21.96.2498

SEKUTUN BERSI RUMAH

TM. 20

METERAI
TEMPEL

BU 7DAMX361450215

V

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas pemberian rahmat dan karunia-Nya yang luar biasa sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Adapun tujuan skripsi ini diselesaikan yakni digunakan untuk melengkapi syarat akademik strata satu (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

Selain itu, dalam proses penyusunan skripsi ini terdapat banyak tantangan dan hambatan yang penulis hadapi. Namun, dengan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, penulis mampu menyelesaikannya dengan baik. Oleh karena itu, izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Yth. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Yth. Rifga Agusta, S.IP., M.A. selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Kepada Bapak Nurfian Yudhistira, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing yang tentunya sangat berperan penting dalam penulisan skripsi ini. Dalam perjalanan penulisan mungkin banyak sekali tantangan namun penulis menyadari maksud dan tujuan bapak adalah untuk kebaikan. Terimakasih atas kesediaan meluangkan waktu di tengah kesibukan untuk membimbing penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dukungan dan arahan bapak akan selalu menjadi bekal berharga dalam perjalanan hidup penulis ke depannya.
5. Paling istimewa penulis sampaikan kepada orang tua tercinta, kepada cinta pertama dan panutanku bapakku Jarwanto, dan surgaku mamaku Neni triana. Terimakasih tak pernah goyah dalam mendukung langkah-langkah penulis, namun justru selalu memberikan nasihat bijak, menjadi teladan hidup, dan menunjukkan bahwa semangat dalam bekerja adalah kunci untuk meraih impian. Segala pencapaian yang penulis raih adalah bentuk dari ketulusan, cinta, dan dedikasi kalian yang luar biasa. Doa yang selalu kalian panjatkan

dalam setiap sujud serta kasih sayang tanpa batas yang kalian berikan, adalah kekuatan terbesar yang membawa penulis hingga titik ini. Semoga Sang Maha Pencipta selalu ridho untuk kehidupan kalian baik di dunia maupun di akhirat. Semoga perjuangan kalian untuk memperjuangkanku ini Allah ganti dengan surga-Nya, penulis selalu berharap bapa dan mama selalu dalam lindungan dan rahmat Allah SWT.

6. Kepada adikku tersayang Arbianti Kinansih penulis ucapkan terimakasih karena sudah menjadi adik yang hebat. Terimakasih sudah berkontribusi dalam membantu penulisan ini dengan **menemani** mama selama mba jauh dari rumah, maaf membuatmu **banyak mengalah** setelah ini terbanglah bebas untuk meraih mimpimu.
7. Terimakasih kepada **manusia** favorit penulis since 2023 karena selalu hadir dalam setiap momen kehidupan penulis, bahkan di penulisan skripsi ini kamu selalu membersamai langkah penulis dengan menjadi tempat misuh dan berkeluh kesah, menjadi teman makan setia, menjadi manusia yang tenang dan selalu ngajarin bersyukur dengan keadaan, kehadiranmu cukup membuat hidup penulis berjalan stabil dan penuh warna.
8. Terimakasih kepada manajemen dan staf Toko Serba 35000 di Jalan Kaliurang Km.8 yang telah memberikan izin serta dukungan untuk menjadikan toko ini sebagai tempat penelitian. Keterbukaan dan kerjasama yang diberikan sangat membantu keberhasilan penelitian ini.
9. Terimakasih kepada responden penelitian yakni para pengunjung Toko Serba 35000 di Jalan Kaliurang Km. 8 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, jawaban yang anda semua berikan menjadi kontribusi penting dalam penyusunan skripsi ini.
10. Untuk yang terspecial sahabatku, terima kasih telah bersedia menjadi tempat untuk meluapkan perasaan-perasaan manusiawi. Banyak cerita suka dan duka yang kita lewati, terimakasih kamu selalu hadir untuk saling mendukung dan menguatkan. Semoga sukses selalu menyertai langkah kita semua ke depannya, dan kebersamaan ini tetap terjaga meski waktu terus berjalan. Tak lupa terimakasih kuucapkan kepada teman-teman kelas yang

telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Meskipun perjalanan tersebut ada banyak duka, bahkan pertikaian yang tak terhindarkan, momen tertawa bersama kalian tetap menjadi bagian penting yang membuat kenangan selama masa kuliah begitu berarti.

11. Terimakasih kepada Tim Magang Pancar Citra yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis menuju kelulusan. Kebersamaan selama masa magang yang penuh perjuangan, drama dan tawa kebahagiaan akan selalu menjadi kenangan indah yang tak terlupakan. Terima kasih atas dukungan dan kekompakan kalian dalam mensupport satu sama lain, bahkan ketika masa magang telah usai. Keberadaan kalian tidak hanya membantu mempercepat kelulusan penulis, tetapi juga memberikan pelajaran hidup yang sangat berharga. Semoga sukses selalu menyertai kalian semua dalam setiap langkah ke depan.

12. Terimakasih kepada diri sendiri karena sudah mampu bertahan di saat-saat yang paling sulit dalam hidup. Ketika semangat hampir padam, rasa ragu yang kerap muncul tapi aku tetap bersaha untuk yakin akan takdir Tuhan. Tetap tegak meski gejolak emosi yang terkadang sulit dikendalikan oleh hati dan pikiran, upaya untuk sembuh dari sakit hati oleh orang lain. Terimakasih telah menunjukkan kekuatan yang luar biasa untuk terus melangkah, meski jalan terasa berat dan penuh liku, meski banyak luka dan keraguan yang harus dihapus sendiri. Selalu ingatlah bahwa segala sesuatu yang Tuhan berikan selalu sesuai dengan kemampuan hamba-Nya. Terima kasih sudah tetap berjalan, tetap percaya dan tetap waras.

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi dunia akademik, khususnya dalam bidang komunikasi. Penulis juga berhadap penelitian ini dapat menjadi sumber inspirasi bagi para peneliti selanjutnya untuk mengembangkan topik ini lebih lanjut.

Akhir kata, penulis ucapkan terimakasih sekali lagi kepada semua pihak yang mendukung penyelesaian skripsi ini. Tanpa bantuan dan dukungan anda semua mungkin skripsi ini tidak akan terselesaikan. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan kalian dengan pahala yang berlimpah.

DAFTAR ISI

COVER.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Sistematika Bab	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	12
2.3 Operasionalisasi Konsep	15
2.4 Hipotesa Penelitian.....	18
2.5 Kerangka Konsep	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1 Paradigma Penelitian	20
3.2 Pendekatan Penelitian.....	21
3.3 Metode Penelitian.....	21
3.4 Populasi dan Sample	21
3.4.1 Populasi.....	21
3.4.2 Sampel	21

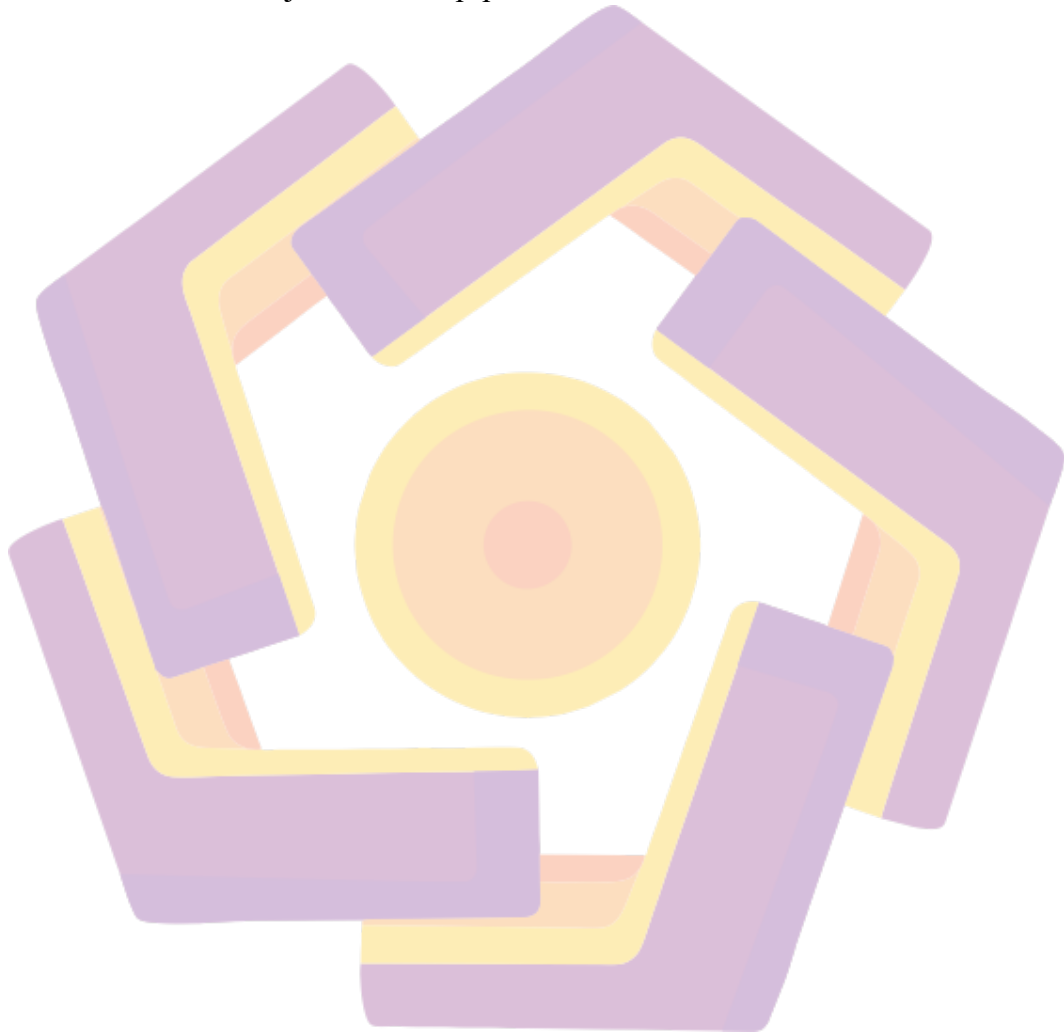
3.5 Teknik Pengambilan Data dan Teknik Sample	22
3.5.1 Teknik Pengambilan Data	22
3.5.2 Teknik Sampel	23
3.6 Waktu dan Lokasi Penelitian	23
3.6.1 Waktu penelitian	23
3.6.2 Lokasi Penelitian.....	23
3.7 Teknik Analisis Data.....	24
3.7.1 Uji Validitas	24
3.7.2 Uji Reliabilitas	25
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.7.5 Uji Hipotesis	29
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2)	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1 HASIL PENELITIAN	32
4.1.1 Profil Perusahaan	32
4.1.2 Analisa Deskriptif Responden	32
4.1.3 Analisa Deskripsi Statistik Responden	36
4.1.4 Hasil Analisis Data.....	42
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	50
4.1.6 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis.....	55
4.1.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	58
4.1.8 Pembahasan	59
BAB V PENUTUP.....	63
Kesimpulan.....	63
Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Operasionalisasi Konsep	16
Tabel 4.1 Presentase umur responden	33
Tabel 4.2 Pedoman Kriteria rata-rata skor	36
Tabel 4.3 rentang skala TCR	37
Tabel 4.4 tanggapan responden variabel favorabel attention	37
Tabel 4.5 tanggapan responden variabel favorabel interest	38
Tabel 4.6 tanggapan responden variabel favorabel desire	39
Tabel 4.7 tanggapan responden variabel favorabel action	40
Tabel 4.8 tanggapan responden variabel unfavorabel	41
Tabel 4.9 keluaran uji validitas variabel XA (attention)	43
Tabel 4.10 keluaran uji validitas variabel XI (interest)	44
Tabel 4.11 keluaran uji validitas variabel XD (desire)	45
Tabel 4.12 keluaran uji validitas variabel YAC (action)	47
Tabel 4.13 keluaran nilai cronbach alpha variabel attention	48
Tabel 4.14 keluaran nilai cronbach alpha variabel interest	49
Tabel 4.15 keluaran nilai cronbach alpha variabel desire	49
Tabel 4.16 keluaran nilai cronbach alpha variabel action	49
Tabel 4.17 keluaran uji normalitas Kolmogorov Smirnov	51
Tabel 4.18 keluaran uji multikolineritas	52
Tabel 4. 19 keluaran uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser	53
Tabel 4.20 keluaran uji analisis regresi linier berganda	54
Tabel 4.21 keluaran uji t	56
Tabel 4.22 keluaran uji f	57
Tabel 4.23 keluaran uji koefisien determinasi	58
Tabel 4.24 tabel interpretasi nilai koefisien korelasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Implementasi benner pada toko.....	4
Gambar 4.1 Diagram domisili responden	34
Gambar 4.2 Diagram frekuensi pengetahuan responden tentang toko	35
Gambar 4.3 hasil uji normalitas p-plot.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Isi Kuesioner.....	68
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	70
Lampiran 3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	72
Lampiran 4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
Lampiran 5 Frekuensi Jawaban Responden Tentang Pengetahuan Toko.....	72
Lampiran 6 Hasil Uji SPSS.....	73
Lampiran 7 Tabel Interpretasi Nilai Koefisien.....	77
Lampiran 8 Tabel R ($df = 97-2$)	77
Lampiran 9 Tabel t	78
Lampiran 10 Dokumentasi Lapangan	79

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mendorong perkembangan diberbagai sektor industri, salah satunya industri fashion yang mengalami lonjakan melalui bisnis ritel. Perubahan gaya hidup dan meningkatnya daya beli masyarakat menciptakan peluang bagi pelaku usaha untuk menerapkan strategi promosi, salah satunya promosi visual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi visual melalui spanduk bertuliskan “Serba 35000” terhadap motivasi pembelian konsumen dengan menggunakan pendekatan AIDA (attention, Interest, Desire, Action). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, adapun upaya yang dilakukan yakni dengan menyebarkan kuesioner terhadap 97 responden. Dimana para responden tersebut merupakan konsumen yang berkunjung ke toko pada saat penulis melakukan penelitian. Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian ini yang menunjukkan bahwa variabel desire memiliki pengaruh paling besar terhadap action dengan koefisien 0,633. Uji simultan menunjukkan bahwa attention, interest, dan desire secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tindakan pembelian dengan perolehan nilai $F = 91,931$ dan nilai signifikansi 0,000. Nilai R^2 sebesar 0,740 mengindikasikan bahwa 74% motivasi pembelian dipengaruhi oleh promosi visual berdasarkan model AIDA. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa efektifitas strategi visual sederhana berupa benner mampu memengaruhi motivasi pembelian konsumen.

Kata Kunci : Pertumbuhan Ekonomi, Strategi Promosi, AIDA, Motivasi Pembelian, Toko “Serba 35000”.

ABSTRACT

Economic growth in Indonesia drives development in various industrial sectors, one of which is the fashion industry that has experienced a surge through retail business. Changes in lifestyle and increasing purchasing power of the public create opportunities for entrepreneurs to implement promotional strategies, one of which is visual promotion. This study aims to determine the effect of visual promotion through banners stating 'Everything 35,000' on consumer purchase motivation using the AIDA approach (Attention, Interest, Desire, Action). This study employs a quantitative approach, with efforts made by distributing questionnaires to 97 respondents. These respondents are consumers who visited the store during the author's research. The results obtained from this study indicate that the variable desire has the greatest influence on action with a coefficient of 0.633. The simultaneous test shows that attention, interest, and desire together have a significant effect on purchasing actions with an F value of 91.931 and a significance value of 0.000. The R² value of 0.740 indicates that 74% of purchasing motivation is influenced by visual promotion based on the AIDA model. From the results of the research, it can be concluded that the effectiveness of a simple visual strategy in the form of a banner can influence consumer purchasing motivation.

Key Word : Economic Growth, Promotion Strategy, AIDA, Purchasing Motivation, 'Everything for 35000' Store.