

**PENGARUH KUALITAS IKLAN DALAM RUANG
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN
APLIKASI TRING DI PEGADAIAN CP TUGU KULON**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu
(S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Salsabila Intan Maharani

22.96.3008

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA
2026**

**PENGARUH KUALITAS IKLAN DALAM RUANG
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN
APLIKASI TRING DI PEGADAIAN CP TUGU KULON**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu
(S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Salsabila Intan Maharani

22.96.3008

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM
YOGYAKARTA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

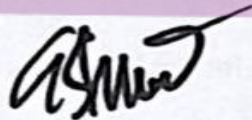
**PENGARUH KUALITAS IKLAN DALAM RUANG
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN
APLIKASI TRING DI PEGADAIAN CP TUGU KULON**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Salsabila Intan Maharani
22.96.3008

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi pada
tanggal 7 Januari 2026

Dosen Pembimbing,



Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302445

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS IKLAN DALAM RUANG
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN
APLIKASI TRING DI PEGADAIAN CP TUGU KULON**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Salsabila Intan Maharani

22.96.3008

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada tanggal 27 Januari 2026

Nama Penguji

Tanda Tangan

Erfina Nurussa'adah, S.Kom.I.,M.I.Kom.
NIK. 190302361

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

Kadek Kiki Astria, S.I.Kom.,M.A.
NIK. 190302445

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

Tanggal 27 Januari 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

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, 27 Januari 2026



Salsabila Intan Maharani

NIM. 22.96.3008

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Iklan Dalam Ruang Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Tring di PT Pegadaian CP Tugu Kulon**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelas Sarjana Ilmu Komunikasi pada fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terwujud berkat bantuan, arahan, bimbingan dari doa berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Ayahanda Bambang Raharjo Ramimi, Linda Mufrida, yang telah memberikan penyemangat, motivasi serta doa bagi penulis. Terimakasih buat perjuangan yang tangguh, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sampai selesai, semoga untuk kedua orangtua yang aku cintai sehat selalu dan panjang umur, karna mama dan papa harus ada disetiap perjalanan hidup penulis. Terimakasih.
2. Terimakasih kepada Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Terimakasih Kepada Ibu Rivga Agusta, SIP., M.A selaku dosen kaprodi S1 Ilmu Komunikasi di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Penulis mengucapkan terimakasih kepada ibu Kadek Kiki Arsita S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, support serta bantuan yang telah diberikan selama mengerjakan skripsi.
5. Terimakasih kepada seluruh staff dosen Universitas Amikom Yogyakarta khususnya Fakultas Ekonomi dan Sosial Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, motivasi, dan menambah wawasan bagi penulis.
6. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **PT Pegadaian CP Tugu Kulon** yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta kesempatan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terlaksana dan diselesaikan dengan baik.

7. Kepada kakak dan adik-adik tersayang Neva Indah Amalia, Silvyana Ramadhani dan Fathan Almaizan zafar, yang telah memberikan doa, dukungan, serta motivasi yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Kepada seluruh keluarga tercinta kakek, nenek, om dan tante yang selalu memberikan doa dan menyayangi penulis dengan tulus.
9. Kepada seorang yang tak kalah penting kehadirannya, Dika Agata Venditya Terima kasih banyak telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam skripsi ini, baik tenaga, materi, maupun waktu yang selalu diluangkan kepada penulis dan selalu mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, serta menyaksikan setiap tangisan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
10. Terakhir kepada diri saya sendiri Salsabila Intan Maharani, terima kasih atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga mampu bertahan dan terus melangkah sejauh ini. Terima kasih pada raga jiwa yang masih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya hingga sekarang. Terima kasih telah percaya pada keraguan dan kelelahan dalam setiap proses ini, meskipun jalannya terasa begitu berat. **“Saya bangga pada diri saya sendiri”**kedepannya untuk raga yang tetap kuat, hati yang selalu tegar, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang baik dari hari ke hari.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga hasil yang disajikan belum sepenuhnya sempurna. Meskipun demikian, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi bahan pertimbangan dan referensi yang bermanfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 27 Januari 2026



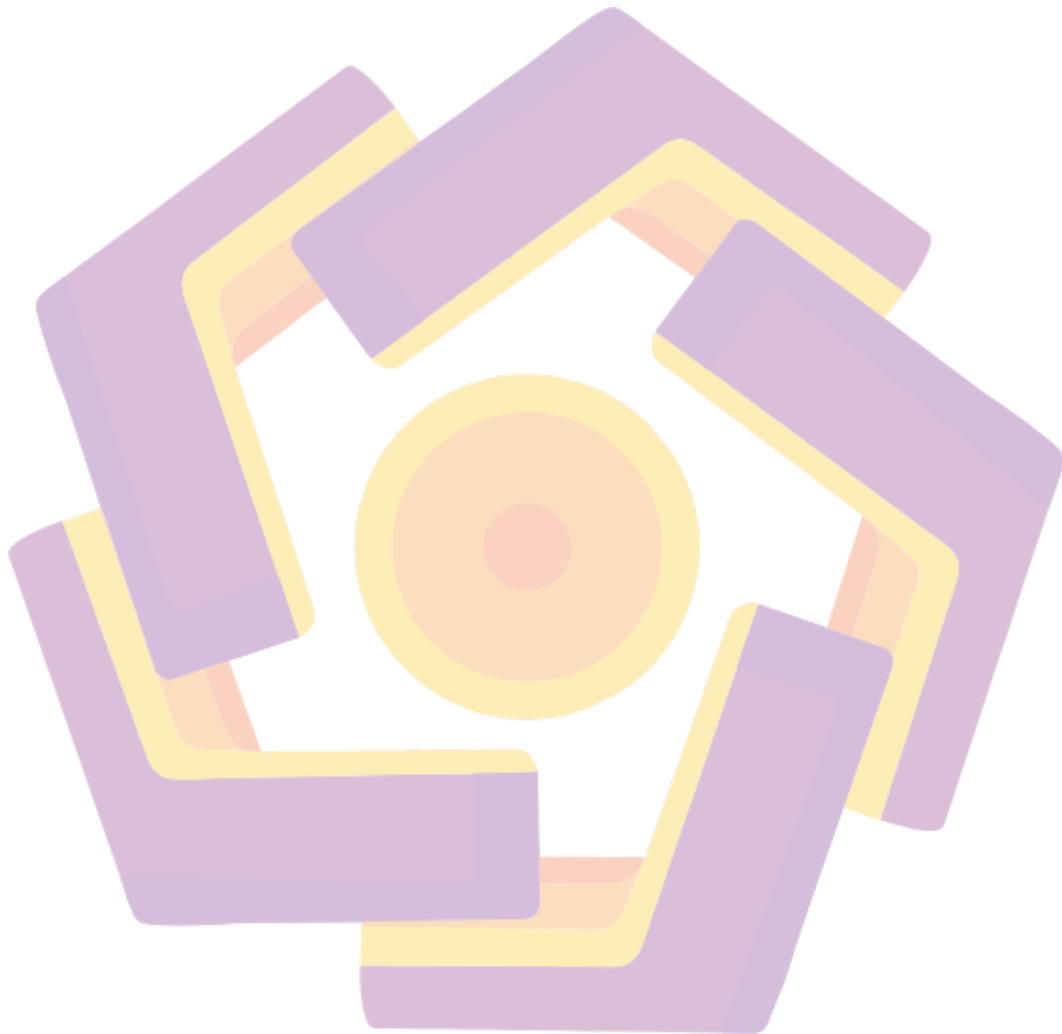
Salsabila Intan Maharani
NIM 22.96.3008

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Teori SERVQUAL (Service Quality).....	8
2.2.2 Kualitas Iklan	9
2.2.3 Keputusan Penggunaan Aplikasi Tring	11
2.3 Kerangka Konseptual.....	13
2.4 Operasional Variabel	13
2.5 Definisi Operasional	17
2.6 Hipotesis	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Paradigma Penelitian	20
3.2 Pendekatan Penelitian	20
3.3 Metode Penelitian	21
3.4 Populasi dan Sampel	22
3.4.1 Populasi.....	22
3.4.2 Sampel.....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Sampling	23
3.5.1 Jenis Data	23
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	23

3.6 Waktu dan Lokasi Penelitian	24
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	24
3.7.1 Uji Validitas	24
3.7.2 Uji Reliabilitas	25
3.8 Uji Asumsi Klasik	25
3.8.1 Uji Normalitas	26
3.8.2 Uji Linearitas	26
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	26
3.9 Teknik Analisis Data	27
3.9.1 Uji Korelasi Pearson Product Moment	27
3.9.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	27
3.9.3 Koefisien Determinasi	27
3.9.4 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Profil Perusahaan	29
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	34
4.2.1 Uji Validitas	34
4.2.2 Uji Reliabilitas	36
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	37
4.3.1 Uji Normalitas	37
4.3.2 Uji Linearitas	38
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	39
4.4 Deskripsi Variabel Kualitas Iklan Dalam Ruang	40
4.5 Deskripsi Keputusan Penggunaan Aplikasi Tring	49
4.6 Rekapitulasi Skor Variabel X dan Variabel Y	56
4.7 Hasil Uji Hipotesis	58
4.7.1 Uji Korelasi	58
4.7.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	60
4.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.7.4 Uji Hipotesis	61

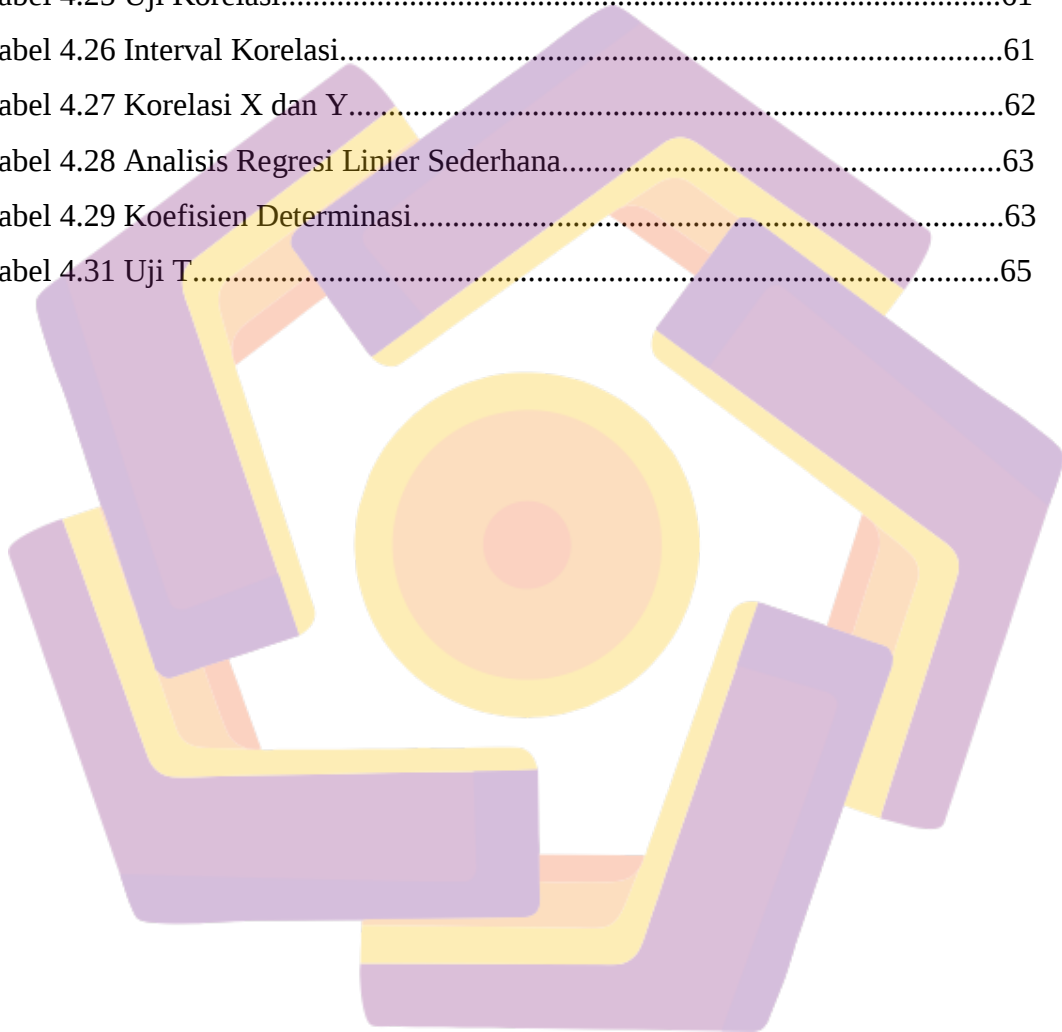
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
 DAFTAR PUSTAKA	1
LAMPIRAN.....	1



DAFTAR TABEL

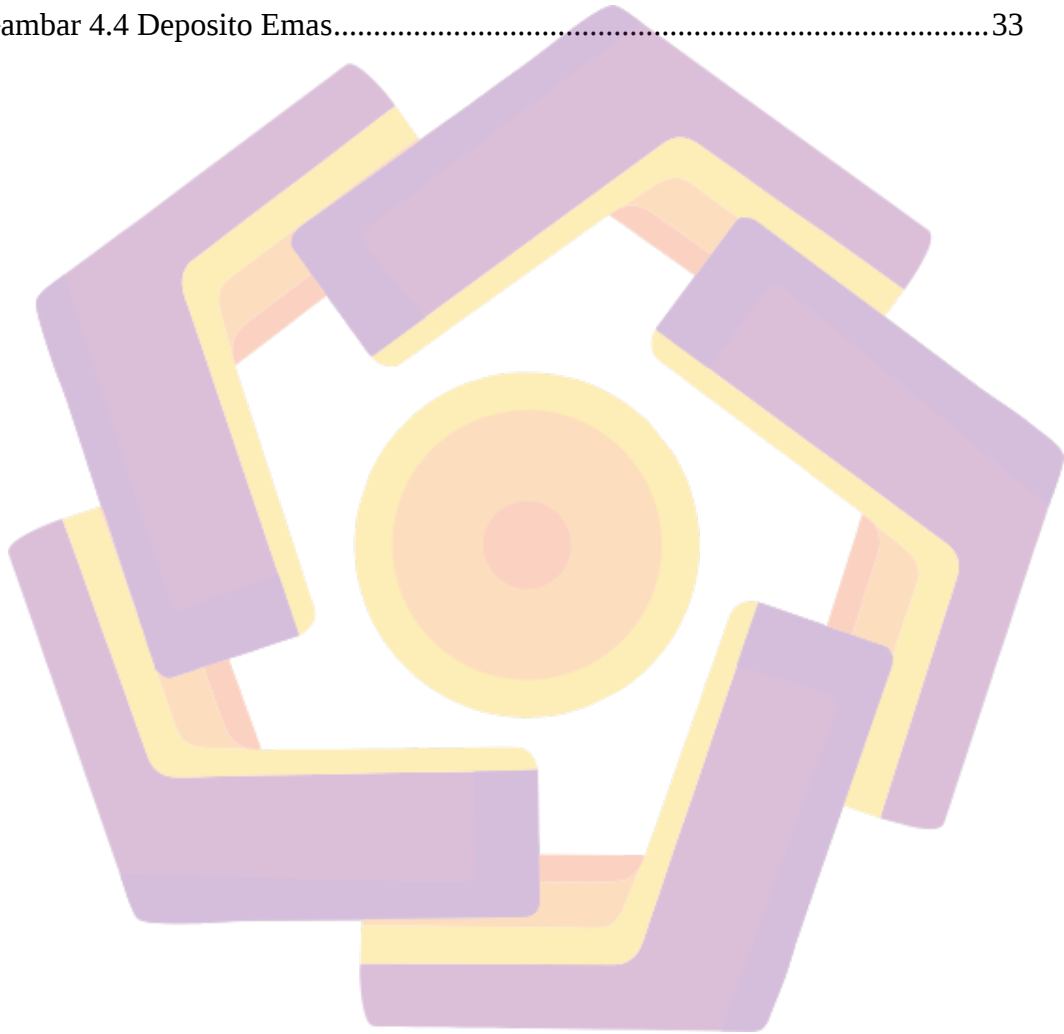
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 2.3 Kerangka Konsep.....	13
Tabel 2.3 Definisi Operasional.....	17
Tabel 4.1 Uji Validitas Kualitas Iklan (X).....	36
Tabel 4.2 Uji Validitas Keputusan Penggunaan Aplikasi Tring (Y).....	37
Table 4.3 Uji Reabilitas (X).....	38
Table 4.4 Uji Reabilitas (Y).....	38
Tabel 4.5 Uji Normalitas.....	39
Tabel 4.6 Uji Linieritas.....	40
Tabel 4.7 Heterosiditas.....	41
Tabel KI 4.8.....	42
Tabel KI 4.9.....	43
Tabel KI 4.10.....	44
Tabel KI 4.1.....	45
Tabel KI 4.12.....	46
Tabel KI 4.13.....	47
Tabel KI 4.14.....	48
Tabel KI 4.15.....	49
Tabel KPAT 4.16.....	50
Tabel KPAT 4.17.....	51

Tabel KPAT 4.18.....	52
Tabel KPAT 4.19.....	53
Tabel KPAT 4.20.....	54
Tabel KPAT 4.21.....	55
Tabel KPAT 4.22.....	56
Tabel 4.23 Nilai Skor Variable (X)	58
Tabel 4.24 Nilai Skor Variable (Y)	59
Tabel 4.25 Uji Korelasi.....	61
Tabel 4.26 Interval Korelasi.....	61
Tabel 4.27 Korelasi X dan Y.....	62
Tabel 4.28 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	63
Tabel 4.29 Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4.31 Uji T.....	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Banner Iklan dalam Ruang.....	2
Gambar 1.2 Standing Banner Iklan dalam Ruang.....	3
Gambar 4.1 Logo PT Pegadaian	30
Gambar 4.2 Tabungan Emas	31
Gambar 4.3 Cicilan Emas.....	32
Gambar 4.4 Deposito Emas.....	33



ABSTRAK

Perkembangan digital mendorong PT Pegadaian melakukan transformasi layanan melalui aplikasi Tring by Pegadaian guna memudahkan masyarakat mengakses layanan keuangan secara praktis dan efisien. Pegadaian Cabang Tugu Kulon sebagai salah satu cabang dengan kinerja penyaluran pinjaman terbesar di Yogyakarta, memanfaatkan iklan dalam ruang seperti banner dan standing banner sebagai media promosi utama. Media ini digunakan untuk memperkenalkan inovasi digital Pegadaian serta menarik minat nasabah. Oleh karena itu, penelitian diperlukan untuk mengetahui pengaruh iklan dalam ruang terhadap keputusan nasabah menggunakan aplikasi Tring di PT Pegadaian CP Tugu Kulon. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan metode survei eksplanatif jumlah sample sebanyak 120 responden dengan pengumpulan data menggunakan angket (questionnaire) skala likert 5 point. Pengelolaan dan analisis data menggunakan analisis korelasi pearson product moment, analisis dekriptif kuantitatif, dan analisis regresi linier sederhana dengan uji signifikansi parameter individual (Uji t), analisis koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persentase kualitas iklan dalam ruang di PT Pegadaian CP Tugu Kulon berada pada kategori tinggi sebesar 51,07%, sedangkan persentase keputusan penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian berada pada kategori baik sebesar 71,31%. Hasil analisis korelasi Pearson menunjukkan hubungan yang kuat dan positif antara kualitas iklan dan keputusan penggunaan aplikasi dengan nilai koefisien sebesar 0,699 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi sebesar 48,8% menunjukkan bahwa kualitas iklan memberikan kontribusi besar terhadap keputusan penggunaan aplikasi, sementara 51,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji t menunjukkan hipotesis diterima, sehingga kualitas iklan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi.

Kata Kunci : kualitas iklan, iklan dalam ruang, keputusan penggunaan aplikasi, Tring by Pegadaian, PT Pegadaian CP Tugu Kulon.

ABSTRACT

Digital development has encouraged PT Pegadaian to transform its services through the Tring by Pegadaian application in order to facilitate the public in accessing financial services in a practical and efficient manner. Pegadaian Tugu Kulon Branch, as one of the branches with the highest loan disbursement performance in Yogyakarta, utilizes indoor advertising media such as banners and standing banners as its primary promotional tools. These media are used to introduce Pegadaian's digital innovations and to attract customers' interest. Therefore, this study aims to examine the effect of indoor advertising on customers' decisions to use the Tring application at PT Pegadaian CP Tugu Kulon. This study employs a quantitative method using an explanatory survey approach with a sample of 120 respondents. Data were collected through questionnaires using a five-point Likert scale. Data processing and analysis were conducted using Pearson Product Moment correlation analysis, quantitative descriptive analysis, and simple linear regression analysis with individual parameter significance testing (t-test) and coefficient of determination analysis (R^2). The results show that the percentage of indoor advertising quality at PT Pegadaian CP Tugu Kulon is categorized as high at 51.07%, while the percentage of decision to use the Tring by Pegadaian application is categorized as good at 71.31%. The Pearson correlation analysis indicates a strong and positive relationship between advertising quality and the decision to use the application, with a correlation coefficient of 0.699 and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination value of 48.8% indicates that advertising quality contributes significantly to the decision to use the application, while the remaining 51.2% is influenced by other factors. The t-test results indicate that the hypothesis is accepted, meaning that advertising quality partially has a significant effect on the decision to use the application.

Keywords: advertising quality, indoor advertising, application usage decision, Tring by Pegadaian, PT Pegadaian CP Tugu Kulon