

**PENGARUH IKLAN SHOPEE DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN
BULUKERTO KABUPATEN WONOGIRI**



SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

DEWI SULASTRI

1950700062

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA
SUKOHARJO**

2023

PERNYATAAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Sulastri
NIM : 1950700062
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum
Univeristas : Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH IKLAN SHOPEE DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA MASYARAKAT DI KECAMATAN
BULUKERTO KABUPATEN WONOGIRI**

Merupakan hasil karya tulis ilmiah asli saya dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini dibuat dengan penuh tanggungjawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Sukoharjo, 21 Juli 2023

Yang menyatakan



Dewi Sulastri
NIM. 1950700062

MOTTO



* Apabila sesuatu yang kamu senangi tidak terjadi, maka senangilah apa yang terjadi.

* Kamu tidak perlu peduli berapa kali kamu gagal, karena kamu hanya perlu menang sekali.

PERSEMBAHAN



Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Diri saya sendiri, selamat karena sudah berhasil melewati hal hal yang tidak mudah dengan penuh keberanian. Terima kasih juga untuk tidak mengenal kata menyerah dan selalu berusaha.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang mana atas rahmat, nikmat, berkah, serta karunian-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan Shopee di Televisi terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Masyarakat di Kecamatan Bulukerto Kabupaten Wonogiri”. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, semangat, dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat. Dalam kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak, yaitu kepada:

1. Dr. Drs. Yoto Widodo., M.Si., selaku dekan FISH Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.
2. Ibu Dr. Betty Gama, M.Si., selaku pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, masukan, saran, serta kesabaran dalam membimbing sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Dr. Drs. Yoto Widodo., M.Si., selaku pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, masukan, saran, serta kesabaran dalam membimbing sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Dan seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini terima kasih atas dukungan dan kerjasamanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pembaca.

Sukoharjo, 8 Agustus 2023
Penulis

DEWI SULASTRI
NIM. 1950700062

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Penelitian Sejenis Sebelumnya	6
F. Landasan Teori	11
G. Kerangka Konsep	22
H. Hipotesis	22
I. Kerangka Konseptual dan Operasional	23
J. Metodologi Penelitian	24
1. Jenis Penelitian	24
2. Lokasi Penelitian	25
3. Sumber Data	25
4. Populasi, Sampel dan Sampling	25
5. Teknik Pengumpulan Data dan Instrument	27

6. Teknik Uji Validitas & Reliabilitas Data	28
7. Teknik Analisis Data	29
BAB II DESKRIPSI LOKASI	
A. Shopee	31
B. Kecamatan Bulukerto	33
BAB III VARIABEL INDEPENDEN	
A. Deskripsi Data Responden.....	38
B. Data Jawaban responden.....	41
C. Rekapitulasi Data Variabel Independent.....	49
BAB IV VARIABEL DEPENDEN	
A. Data Jawaban Responden.....	51
B. Rekapitulasi Data Variabel Dependent.....	61
BAB V ANALISA PENELITIAN	
A. Analisis Variabel Iklan Shopee di Televisi.....	63
B. Analisis Variabel Keputusan Pembelian.....	64
C. Analisa Pengaruh Iklan Shopee di Televisi terhadap Keputusan Pembelian.....	66
BAB VI PENUTUP	
A. KESIMPULAN.....	70
B. SARAN.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Penelitian sejenis sebelumnya	9
Tabel 1.2	: Indikator operasional variabel.....	24
Tabel 2.1	: Data penduduk berdasarkan usia	36
Tabel 2.2	: Data penduduk berdasarkan tingkat pendidikan	37
Tabel 3.1	: Responden berdasarkan jenis kelamin	38
Tabel 3.2	: Responden berdasarkan usia	39
Tabel 3.3	: Responden berdasarkan pekerjaan	39
Tabel 3.4	: Responden berdasarkan asal kelurahan/desa	40
Tabel 3.5	: Sering melihat iklan shopee di televisi.....	41
Tabel 3.6	: Sering melihat iklan shopee dibandingkan iklan <i>markerplace</i> lain	41
Tabel 3.7	: Penulisan kalimat pada iklan shopee mudah dibaca dan diingat.....	42
Tabel 3.8	: Penyampaian pesan iklan shopee tidak terlalu rumit sehingga mudah untuk dipahami.....	43
Tabel 3.9	: Bahasa yang digunakan dalam iklan mudah dipahami	43
Tabel 3.10	: Penampilan konten iklan menarik	44
Tabel 3.11	: <i>Tagline</i> iklan menarik dan unik sehingga melekat pada ingatan.....	45
Tabel 3.12	: <i>Setting</i> latar belakang iklan menarik	45
Tabel 3.13	: Model yang digunakan dalam iklan terkenal sehingga menarik perhatian.....	46
Tabel 3.14	: Adegan model/bintang iklan menarik perhatian	47
Tabel 3.15	: Ilustrasi gambar pada iklan menarik	47
Tabel 3.16	: Alur cerita iklan runtut dan mudah diingat	48
Tabel 3.17	: Selalu menyaksikan iklan shopee dari awal sampai akhir	48
Tabel 3.18	: Musik/background iklan unik sehingga menarik perhatian untuk menyaksikan sampai akhir	49

Tabel 3.19	: Distribusi frekuensi variabel X	50
Tabel 4.1	: Menggunakan aplikasi shopee untuk membeli produk.....	51
Tabel 4.2	: Menggunakan shopee karena menyediakan produk yang dibutuhkan	52
Tabel 4.3	: Menemukan produk yang dicari di shopee	52
Tabel 4.4	: Setelah melihat iklan shopee, tertarik untuk membeli produk	53
Tabel 4.5	: Mengetahui informasi produk dari teman/saudara keluarga	53
Tabel 4.6	: Mengetahui informasi produk dari iklan.....	54
Tabel 4.7	: Membandingkan produk di shopee dengan <i>marketplace</i> lain sebelum membeli produk	55
Tabel 4.8	: Membandingkan produk di shopee dengan toko <i>offline</i> lain sebelum membeli produk	55
Tabel 4.9	: Sering menggunakan shopee sebagai tempat belanja <i>online</i> daripada <i>marketplace</i> lain	56
Tabel 4.10	: Shopee sebagai tempat belanja online yang murah.....	57
Tabel 4.11	: Banyak penawaran promosi, membuat tertarik melakukan pembelian produk.....	57
Tabel 4.12	: Selalu melakukan belanja <i>online</i> di shopee	58
Tabel 4.13	: Merasa puas setelah belanja <i>online</i> di shopee.....	58
Tabel 4.14	: Produk yang dibeli sesuai dengan yang diiklankan	59
Tabel 4.15	: Produk yang dibeli sesuai dengan yang diinginkan	60
Tabel 4.16	: Merekomendasikan shopee sebagai tempat belanja <i>online</i> kepada teman/saudara/keluarga	60
Tabel 4.17	: Melakukan pembelian ulang di shopee	61
Tabel 4.18	: Distribusi frekuensi variabel Y	62
Tabel 5.1	: Hasil uji validitas variabel iklan shopee di televisi.....	63
Tabel 5.2	: Hasil uji reliabilitas variabel iklan shopee di televisi	64
Tabel 5.3	: Hasil uji validitas variabel keputusan pembelian.....	64
Tabel 5.4	: Hasil uji reliabilitas variabel keputusan pembelian	65

Tabel 5.5	: Hasil uji normalitas	66
Tabel 5.6	: Hasil uji linieritas	67
Tabel 5.7	: Hasil uji regresi linier sederhana.....	68
Tabel 5.8	: Hasil uji hipotesis.....	68
Tabel 5.9	: Hasil uji koefisien determinasi.....	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Statistik penggunaan <i>e-commerce</i> 2023	3
Gambar 1.2	: Iklan shopee <i>7.7 bombastis sale</i> 2023	4
Gambar 1.3	: Kerangka konsep	22
Gambar 2.1	: Aplikasi shopee pada <i>google play store</i>	32
Gambar 2.2	: Logo shopee.....	33
Gambar 2.3	: Peta kecamatan bulukerto.....	34
Gambar 2.4	: Struktur organisasi kecamatan bulukerto.....	35



ABSTRAK

Dewi Sulastri (1950700062). Pengaruh Iklan Shopee di Televisi terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Masyarakat di Kecamatan Bulukerto Kabupaten Wonogiri. Pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum. Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo. Tahun 2023.

Televisi menjadi salah satu media untuk menayangkan iklan. Salah satu *marketplace* yang menggunakan televisi sebagai media untuk menayangkan iklan adalah shopee. Iklan yang ditayangkan shopee bertujuan untuk membujuk konsumen agar melakukan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan shopee di televisi terhadap keputusan pembelian produk pada masyarakat di Kecamatan Bulukerto Kabupaten Wonogiri. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dimana metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada masyarakat di Kecamatan Bulukerto Kabupaten Wonogiri yang berusia 17 – 40 tahun. Jumlah populasi yaitu 11.985 dengan sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Teknik analisis data menggunakan uji normalitas, uji linieritas, uji regresi linier sederhana dan uji hipotesis dengan *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa iklan shopee di televisi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai *Adjusted R Square*nya adalah 0,246 yang berarti 24,6% iklan shopee di televisi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sementara sisanya 75,4% dapat dijelaskan oleh faktor yang tidak diteliti. Dari nilai $t_{hitung} 5,652 > t_{tabel} 1,660$ angka tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata kunci: komunikasi pemasaran, iklan televisi, shopee, keputusan pembelian