



**PENGARUH KONTEN ULASAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN GAWAI MEREK *IPHONE*
(Survei Terhadap Remaja Penonton Konten “*AKHIRNYA APPLE
NURUT! Kesan pertama iPhone 15 dan 15 Pro!*” di Kanal YouTube
@GadgetIn)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
**VICO TIMOTIUS
44322110013**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**PENGARUH KONTEN ULASAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN GAWAI MEREK IPHONE
(Survei Terhadap Remaja Penonton Konten “AKHIRNYA APPLE
NURUT! Kesan pertama iPhone 15 dan 15 Pro!” di Kanal YouTube
@GadgetIn)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

MERCU BUANA
VICO TIMOTIUS
44322110013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vico Timotius

NIM : 44322110013

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Disertasi berjudul: “Pengaruh Konten Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gawai Merek iPhone (Survei Terhadap Remaja Penonton Konten “*AKHIRNYA APPLE NURUT! Kesan pertama iPhone 15 dan 15 Pro!*” di Kanal YouTube @GadgetIn)” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Juli 2026

Mate /
Vico



METERAI
TEMPEL
10.000
B7AOX086276654

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Vico Timotius
NIM : 44322110013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication

Dengan judul “PENGARUH KONTEN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GAWAI MEREK IPHONE (Survei Terhadap Remaja Penonton Konten “AKHIRNYA APPLE NURUT! Kesan pertama iPhone 15 dan 15 Pro!” di Kanal YouTube @GadgetIn)”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 4 Agustus, didapatkan nilai persentase sebesar 30%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 Agustus 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin, S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
http://www.mercubuana.ac.id, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Vico Timotius
NIM : 44322110013
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : “Pengaruh Konten Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gawai Merek iPhone (Survei Terhadap Remaja Penonton Konten “*AKHIRNYA APPLE NURUT!* Kesan pertama iPhone 15 dan 15 Pro!” di Kanal YouTube @GadgetIn)”

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 15 Juli 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



(Ponco Budi Sulistyio, M.Comn, Ph.D)

NIDN/NUPTK: 0329057401

MERCU BUANA

Jakarta, 29 Juli 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si)

NIDN/NUPTK: 0318116602

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang sudah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul “Pengaruh Konten Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gawai Merek iPhone (Survei Terhadap Remaja Penonton Konten “*AKHIRNYA APPLE NURUT! Kesan pertama iPhone 15 dan 15 Pro!*” di Kanal YouTube @GadgetIn)”.

Pembuatan proposal skripsi ini sebagai salah satu rangka untuk memenuhi tugas akhir. Berkat pertolongan dari berbagai pihak yang mau meluangkan waktu dan pikirannya sehingga peneliti bisa merampungkan proses pembuatan proposal skripsi ini. Maka dari itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Bapak Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini;
5. Kedua orang tua saya, Bapak Hadi Suyatno dan Ibu Gunartini Lesmana yang selalu memberikan doa serta dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Terima kasih juga saya sampaikan kepada kakak dan saudara/i saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasinya kepada saya.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Juli 2026

Vico Timotius



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vico Timotius
NIM : 44322110013
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : “Pengaruh Konten Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gawai Merek iPhone (Survei Terhadap Remaja Penonton Konten “*AKHIRNYA APPLE NURUT! Kesan pertama iPhone 15 dan 15 Pro!*” di Kanal YouTube @GadgetIn)”

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Juli 2026

Yang menyatakan,



Vico Timotius

**PENGARUH KONTEN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN GAWAI MEREK IPHONE**
(Survei Terhadap Remaja Penonton Konten “*AKHIRNYA APPLE NURUT!*
Kesan pertama iPhone 15 dan 15 Pro!” di Kanal YouTube @GadgetIn)

VICO TIMOTIUS

ABSTRAK

Perkembangan media digital menjadikan konten ulasan produk di YouTube sebagai salah satu rujukan utama remaja sebelum membeli gawai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten ulasan produk pada kanal YouTube @GadgetIn terhadap keputusan pembelian gawai merek iPhone pada remaja penonton konten "AKHIRNYA APPLE NURUT! Kesan pertama iPhone 15 dan 15 Pro!". Konten ulasan produk didefinisikan sebagai konten yang berisi penilaian, tinjauan, dan pengalaman penggunaan suatu produk yang diukur melalui dimensi pesan, daya tarik pesan, dan visual; adapun keputusan pembelian adalah proses konsumen dalam menetapkan pilihan membeli yang diukur melalui tujuh dimensi, yaitu jenis produk, bentuk produk, merek, penyaluran, jumlah pembelian, waktu pembelian, dan metode pembayaran. Penelitian berlandaskan teori Uses and Effects dengan pendekatan kuantitatif bersifat deduktif dan metode survei. Sampel berjumlah 101 responden remaja penonton konten yang diperoleh melalui teknik purposive sampling dengan penyebaran kuesioner daring; data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana berbantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi $Y = 12,471 + 0,641X$ dengan nilai t -hitung 8,240 lebih besar daripada t -tabel 1,984 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima: konten ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh adalah 40,7% (koefisien determinasi), sementara 59,3% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa konten ulasan kreator independen merupakan instrumen komunikasi pemasaran digital yang efektif dalam mendorong keputusan pembelian remaja.

Kata Kunci : konten ulasan, keputusan pembelian, remaja, iphone

**THE INFLUENCE OF PRODUCT REVIEW CONTENT ON THE
PURCHASE DECISION OF iPHONE BRAND GADGETS AMONG
TEENAGERS**

**(A Survey of Teenage Viewers of the “AKHIRNYA APPLE NURUT! Kesan
Pertama iPhone 15 dan 15 Pro!” Video on the GadgetIn YouTube Channel)**

VICO TIMOTIUS

ABSTRACT

The development of digital media has made product review content on YouTube one of the main references for adolescents before purchasing a gadget. This study aims to determine the magnitude of the influence of product review content on the @GadgetIn YouTube channel on the purchase decision of iPhone gadgets among adolescent viewers of the content "AKHIRNYA APPLE NURUT! Kesan pertama iPhone 15 dan 15 Pro!". Product review content is defined as content containing assessments, reviews, and usage experiences of a product, measured through the dimensions of message, message appeal, and visual; purchase decision is the consumer process of making a buying choice, measured through seven dimensions: product type, product form, brand, distribution channel, purchase quantity, purchase timing, and payment method. This study is based on the Uses and Effects theory, using a quantitative approach with a deductive nature and a survey method. The sample consisted of 101 adolescent respondents obtained through a purposive sampling technique with online questionnaires; the data were analyzed using simple linear regression with SPSS. The results show the regression equation $Y = 12.471 + 0.641X$ with a t -value of 8.240 greater than the t -table of 1.984 and a significance of $0.000 < 0.05$, so H_0 is rejected and H_a is accepted: product review content has a positive and significant effect on purchase decisions. The magnitude of the influence is 40.7% (coefficient of determination), while the remaining 59.3% is influenced by other factors outside this study. These findings confirm that independent creator review content is an effective digital marketing communication instrument in driving adolescent purchase decisions.

Keywords: *product review content, purchase decision, teenager, iphone*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Akademis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teoritis.....	25
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Digital.....	25
2.2.2 Uses and Effects Theory	26
2.2.3 Media Sosial.....	28
2.2.4 YouTube	30

2.2.5 Kreator Konten.....	32
2.2.6 Teori Pesan.....	33
2.2.7 Keputusan Pembelian.....	37
2.2.8 Konsumen	41
2.2.9 Remaja	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Paradigma Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian	44
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel.....	46
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	50
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data Primer.....	54
3.5.2 Data Sekunder	55
3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	55
3.6 Teknik Analisis Data.....	59
3.6.1 Uji Normalitas Data	60
3.6.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	61
3.6.3 Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.1.1 Konten Ulasan (Kanal YouTube @GadgetIn).....	65
4.2 Hasil Penelitian	68
4.2.1 Data Responden	69
4.2.2 Analisis Tabel Tunggal Variabel X (Konten Ulasan).....	71
4.2.3 Analisis Tabel Tunggal Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	77
4.2.4 Analisis Uji Normalitas.....	83
4.2.5 Analisis Korelasi Variabel X dan Y.....	85

4.2.6 Analisis Uji Hipotesis (Regresi Linear Sederhana)	87
4.3 Pembahasan.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran Akademis	94
5.2.2 Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	101



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Uji Normalitas	48
Tabel 3.2 Hasil Uji <i>Outlier</i>	49
Tabel 3.3 Operasionalisasi Konsep	51
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X	55
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y	56
Tabel 3.6 Tingkat Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	58
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	59
Tabel 3.9 Tingkat Korelasi	62
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	69
Tabel 4.2 Usia Responden	69
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	70
Tabel 4.4 Pernah Menonton	71
Tabel 4.5 Dimensi Pesan	72
Tabel 4.6 Dimensi Daya Tarik Pesan	74
Tabel 4.7 Dimensi Visual	76
Tabel 4.8 Dimensi Jenis Produk	77
Tabel 4.9 Dimensi Bentuk Produk	78
Tabel 4.10 Dimensi Merek	79
Tabel 4.11 Dimensi Penyaluran Produk	80
Tabel 4.12 Jumlah Produk	81
Tabel 4.13 Waktu Pembelian	82
Tabel 4.14 Pembayaran Produk	83
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Outlier</i>	84

Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi (Coefficients).....	86
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (Model Summary)	87
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi (Coefficients).....	86
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (Model Summary)	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pangsa Pasar Media Sosial di Indonesia 2026	3
Gambar 1.2 <i>Platform</i> Video Pengguna Internet di Indonesia	4
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna YouTube di Dunia 2026.....	4
Gambar 1.4 Akun YouTube GadgetIn	7
Gambar 1.5 Konten "AKHIRNYA APPLE NURUT!"	8
Gambar 1.6 Data Penguasa Pangsa Pasar Vendor Ponsel di Indonesia	10
Gambar 3.1 Konten "AKHIRNYA APPLE NURUT!"	45
Gambar 3.2 3 Responden yang Tidak Memenuhi Kriteria Penyaringan Sampel ..	48
Gambar 4.1 Konten "AKHIRNYA APPLE NURUT!"	66
Gambar 4.2 3 Responden yang Tidak Memenuhi Kriteria Penyaringan Sampel ..	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2 Bukti Bimbingan Tugas Akhir	125
Lampiran 3 Curriculum Vitae (Daftar Riwayat Hidup).....	126

