



**PENGARUH JINGLE IKLAN LAZADA “PENGIRIMAN CEPAT,
GRATIS ONGKIR” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MELALUI LAZADA (SURVEI PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA MENTENG
ANGKATAN 2020 REGULER 1)**

**SKRIPSI
KUANTITATIF**

**UNIVERSITAS
Intan Rafika Putri
44320010029
MERCU BUANA**

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

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intan Rafika Putri
NIM : 44320010029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Jingle Iklan Lazada
“Pengiriman Cepat Gratis
Ongkir” Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Melalui
Lazada (Survei Pada
Mahasiswa Fakultas Ilmu
Komunikasi Universitas Mercu
Buana Menteng Angkatan 2020
Reguler 1)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 20 Agustus 2024



Intan Rafika Putri

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Intan Rafika Putri
NIM : 44320010029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Jingle Iklan Lazada
“Pengiriman Cepat Gratis
Ongkir” Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Melalui
Lazada (Survei Pada
Mahasiswa Fakultas Ilmu
Komunikasi Universitas Mercu
Buana Menteng Angkatan 2020
Reguler 1)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing	: Dr. Farid Hamid M Si	()
NIDN	: 0301117301	
Ketua Penguji	: Dr. A.Rahman HI. M. Si	()
NIDN	: 0330126403	
Penguji Ahli	: Engga Probi Endri, S.I.kom., M.A.	()
‘NIDN	: 0317089402	

Jakarta, 20 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Intan Rafika Putri
NIM : 44320010029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Jingle Iklan Lazada
“Pengiriman Cepat Gratis
Ongkir” Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Melalui
Lazada (Survei Pada
Mahasiswa Fakultas Ilmu
Komunikasi Universitas Mercu
Buana Menteng Angkatan 2020
Reguler 1)

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 Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Agustus 2024

Yang menyatakan,


(Intan Rafika Putri)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas karunia nya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul "Pengaruh Jingle Iklan Lazada "Pengiriman Cepat, Gratis Ongkir" Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Lazada". Walaupun beberapa hambatan peneliti alami selama proses pengerjaannya, tapi peneliti berhasil menyelesaikan penelitian ini tepat waktu.

Peneliti menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin berterima kasih kepada:

1. Dosen pembimbing peneliti Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si
2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana
3. Sekprodi Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc
4. Dosen mata kuliah Riset Komunikasi Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed
5. Dosen mata kuliah Tugas Akhir Ibu Santa Lorita Simamora, Dr
6. Bapak Taufik Arifianto dan Ibu Dewi Amallyah selaku kedua orang tua peneliti
7. Saudara Ranca Abhimata, Ricky Dharma, Annisaa Hasna Ikhwanti, Annissa Rahmah, Hany Puspita Sari, Rifatul Wahidah, Firda Oktavia, Adinda Putri, dan Septiani Dwi Putri selaku teman-teman peneliti

Demikian peneliti ucapkan terima kasih atas *support* yang diberikan dan terima kasih telah membantu dan membimbing selama jalannya proses pembuatan tugas akhir penelitian ini.

Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat memberikan dampak baik dan berguna bagi kita semua. Peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun atas penulisan tugas akhir ini, karena peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan dikarenakan masih terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang peneliti miliki.

Akhir kata peneliti mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan tugas akhir ini. Peneliti berharap semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 02 Juli 2024

Peneliti

ABSTRAK

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Nama : Intan Rafika Putri

NIM : 44320010029

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Pengaruh Jingle Iklan Lazada “Pengiriman Cepat Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Lazada (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Menteng Angkatan 2020 Reguler 1)

Halaman : 129 Halaman

Penelitian ini meneliti jingle iklan Lazada "Pengiriman Cepat, Gratis Ongkir" dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, mengingat pergeseran preferensi ke media elektronik. Tujuan penelitian adalah mengetahui seberapa besar pengaruh jingle iklan Lazada “Pengiriman Cepat, Gratis Ongkir” terhadap keputusan pembelian produk melalui Lazada.

Penelitian ini menggunakan lima penelitian terdahulu. Kajian teoritis meliputi komunikasi pemasaran, iklan, jingle iklan, dan keputusan pembelian. Adapun teori yang digunakan yaitu teori *Advertising Exposure* dan AIDDA.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui survei pada 62 mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Menteng angkatan 2020 reguler 1.

Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa jingle memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan koefisien regresi sebesar 0,514 dan koefisien determinasi 76%, mengindikasikan bahwa jingle ini memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

Kata Kunci: Jingle Iklan, Keputusan Pembelian, Tempat Berbelanja *Online*

ABSTRACT

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Name : Intan Rafika Putri

NIM : 44320010029

Study Program : Faculty of Communication Sciences

Title : Pengaruh Jingle Iklan Lazada “Pengiriman Cepat Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Lazada (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Menteng Angkatan 2020 Reguler 1)

Page : 129 Pages

This research examines the Lazada advertisement jingle "*Fast Delivery, Free Shipping*" in influencing consumer purchase *decesions*, considering the shift in preferences towards electronic media. The purpose of the study is to determine the extent of the influence of the Lazada jingle "*Fast Delivery, Free Shipping*" on the *decesion* to purchase products through Lazada.

This study is based on five previous research studies. The theoretical framework covers marketing communication, advertising, advertisement jingles, and purchase *decesions*. The theories used include Advertising Exposure and AIDDA.

This research adopts a positivism paradigm. A quantitative approach is applied through a survey of 62 students from the Faculty of Communication Sciences, Universitas Mercu Buana Menteng, regular class of 2020.

The results of linear regression analysis indicate that the jingle has a significant positive influence on purchase *decesions*, with a regression coefficient of 0.514 and a determination coefficient of 76%, indicating that this jingle plays an important role in influencing consumer behavior.

Keywords: *Jingle Advertising, Buying Decesion, E-commerce*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
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	22
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.2 Iklan	26
2.2.3 Jingle Iklan.....	27
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	29
2.2.5 Teori <i>Advertising Exposure</i>	33
2.2.6 Teori AIDDA	35
2.3 Hipotesis Teori.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Paradigma Penelitian	37
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1 Populasi.....	38

3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	39
3.4.1 Definisi Konsep.....	39
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5.1 Data Primer.....	43
3.5.2 Data Sekunder.....	43
3.5.3 Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.6 Teknik Analisa Data.....	48
3.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	49
3.6.2 Koefisien Determinasi.....	50
3.6.3 Hipotesis dan Uji Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Sejarah Perusahaan lazada.....	53
4.1.2 Profil Perusahaan Lazada.....	55
4.1.3 Identitas Responden.....	56
4.1.4 Responden yang Memiliki Minat Dalam Berbelanja <i>Online</i>	58
4.1.5 Responden yang Mengetahui <i>e-commerce</i> Lazada.....	59
4.1.6 Responden yang Mengunduh Aplikasi Lazada di Ponselnya.....	59
4.1.7 Responden yang Mengetahui Jingle Iklan Lazada yang Berbunyi "Pengiriman Cepat, Gratis Ongkir".....	60
4.2 Hasil Penelitian.....	60
4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	60
4.2.2 Variabel X (Jingle Iklan Lazada "Pengiriman Cepat, Gratis Ongkir".....)	63
4.2.3 Variabel Y (Keputusan Pembelian Produk Melalui Lazada).....	68
4.2.4 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	72
4.2.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	74
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis.....	75
4.3 Pembahasan.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	91
5.2.1 Saran Akademis.....	91

5.2.2 Saran Praktis	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	96



DAFTAR TABEL

Tabel 11 Top 5 <i>Marketplace</i> di Indonesia	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Usia	57
Tabel 4.3 Jurusan.....	58
Tabel 4.4 Pertanyaan Umum 1	58
Tabel 4.5 Pertanyaan Umum 2.....	59
Tabel 4.6 Pertanyaan Umum 3	59
Tabel 4.7 Pertanyaan Umum 4.....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Y	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	62
Tabel 4.12 Variabel X 1	63
Tabel 4.13 Variabel X 2	64
Tabel 4.14 Variabel X 3	64
Tabel 4.15 Variabel X 4	65
Tabel 4.16 Variabel X 5	66
Tabel 4.17 Variabel X 6	66
Tabel 4.18 Variabel X 7	67
Tabel 4.19 Variabel X 8	68
Tabel 4.120 Variabel Y 1	69
Tabel 4.121 Variabel Y 2	70
Tabel 4.122 Variabel Y 3	70
Tabel 4.123 Variabel Y 4	71
Tabel 4.124 Variabel Y 5	72
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	73
Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi	74
Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis	75