

**PENGARUH TERPAAN IKLAN GOPAY DI YOUTUBE VERSI “CERITA
AI YANG UDAH BUKTIIN JAMINAN SALDO KEMBALI DARI
GOPAY!” TERHADAP *BRAND LOYALTY* GOJEK PADA MASYARAKAT
DI PULAU JAWA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Vincent Goenarso

1423019076

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2022

SKRIPSI

**PENGARUH TERPAAN IKLAN GOPAY DI YOUTUBE VERSI “CERITA
AI YANG UDAH BUKTIIN JAMINAN SALDO KEMBALI DARI
GOPAY!” TERHADAP *BRAND LOYALTY* GOJEK PADA MASYARAKAT
DI PULAU JAWA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Vincent Goenarso

1423019076

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2022

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Vincent Goenarso

NRP : 1423019076

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

**“PENGARUH TERPAAN IKLAN GOPAY DI YOUTUBE VERSI
“CERITA AI YANG UDAH BUKTIIN JAMINAN SALDO KEMBALI
DARI GOPAY!” TERHADAP *BRAND LOYALTY* GOJEK PADA
MASYARAKAT DI PULAU JAWA”**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar kersajanaan saya dicabut.

Surabaya, 20 Desember 2022

Penulis,



Vincent Goenarso

NRP. 1423019076

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH TERPAAN IKLAN GOPAY DI YOUTUBE VERSI “CERITA AI YANG UDAH BUKTIIN JAMINAN SALDO KEMBALI DARI GOPAY!” TERHADAP *BRAND LOYALTY* GOJEK PADA MASYARAKAT DI PULAU JAWA

Oleh:

Vincent Goenarso

NRP: 1423019076

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji.

Pembimbing I : Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0707078607



Pembimbing II : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903



Surabaya, 20 Desember 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebgain dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada: 20 Desember 2022

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom.,
M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

Dosen Penguji:

1. Ketua : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0725058704

2. Sekretaris : Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom.

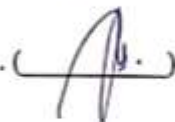
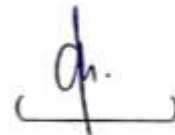
NIDN. 0707078607

3. Anggota : Akhsaniyah., S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0702087602

4. Anggota: Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903



LEMBAR PERSETUJUAN

PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dengan perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Vincent Goenarso

NRP : 1423019076

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul : **PENGARUH TERPAAN IKLAN GOPAY DI YOUTUBE
VERSI “CERITA AI YANG UDAH BUKTIIN JAMINAN SALDO
KEMBALI DARI GOPAY!” TERHADAP *BRAND LOYALTY* GOJEK PADA
MASYARAKAT DI PULAU JAWA**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library
Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan
Undang – Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan
sebenarnya.

Surabaya, 20 Desember 2022

Yang menyatakan,



Vincent Goenarso

HALAMAN PERSEMBAHAN

Peneliti ingin mengucapkan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia dan berkat rahmat penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Proses untuk mewujudkan impian ini tidak lepas dari air mata, kejenuhan, tertekan, dan ketakutan akan kegagalan. Keputusan untuk mengambil resiko perjuangan, kegagalan, dan kekecewaan untuk perjuangan 3,5 tahun yang berwujud tugas akhir ini. Peneliti persembahkan kepada Dia selalu yang mengajarkan bahwa untuk mencapai keberhasilan tanpa harus melupakan bahwa setiap orang pasti pernah gagal. “Jatuh, bangkit dan berlailah terus, kamu pasti akan bahagia di masa depan,” katanya. Terima kasih kepada semua teman orang terdekat yang salalu berdoa untuk menjadi lebih baik meskipun membutuhkan pengerbonan yang besar. Tugas akhir ini menjadi kebanggan untuk orang tua yang dapat penulis persembahkan.

Surabaya, 20 Desember 2022



Vincent Goenarso

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan pemyertaanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan Gopay Di Youtube Versi “Cerita Ai Yang Udah Buktiin Jaminan Saldo Kembali Dari Gopay!” Terhadap *Brand loyalty Gojek* Pada Masyarakat Di Pulau Jawa”. Skripsi ini disusun dan dibuat guna untuk memenuhi syarat yang ditentukan untuk dapat membuat tugas akhir.

Peneliti menyadari skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik dan lancar tanpa adanya pihak-pihak yang memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada peneliti. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala penyertaannya hingga saya mampu menyelesaikan tugas ini dengan baik.
2. Keluarga peneliti, Papa, Mama yang menjadi kekuatan utama penulis karena selalu memberi dukungan, doa, dan semangat setiap harinya kepada peneliti agar dapat menyelesaikan dengan baik.
3. Ibu Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. Terima kasih saya juga ucapkan atas segala arahan dan saran yang telah diberikan agar tugas ini dapat terlaksana dan selesai dengan baik.
4. Ibu Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. Terima kasih saya ucapkan atas segala arahan yang telah diberikan agar tugas ini dapat terlaksana dan selesai dengan baik.

5. Teman dan sahabat yang namanya telah terukir dalam hati. Terima kasih untuk semua dukungan dan doa kalian. Terima kasih telah menemani hari-hari saya dan menghibur dikala penat.
6. Teman-teman Five Fingers yang sudah memberikan semangat dan membantu dalam menyelesaikan masalah dengan baik. Terutama untuk Mas Joko yang sudah menjadi mentor hidup.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas pelajaran berharga dan ilmu yang telah diberikan.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan penelitian skripsi ini. Maka peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran agar skripsi ini bisa lebih baik lagi dan dapat memberikan manfaat bagi peneliti maupun pembaca. Terima kasih.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah	15
I.3 Tujuan Penelitian	15
I.4 Batasan Penelitian	16
I.5 Manfaat Penelitian	16
BAB II	17
II.2 Kerangka Teori	19
II.3 Hubungan Antara Iklan dengan <i>Brand loyalty</i>	25
II.4 Nisbah Antar Konsep.....	25

II.6 Hipotesis	28
BAB III.....	29
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	29
III.2 Metode Penelitian.....	29
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	30
III.4 Definisi Konseptual	30
III.5 Definisi Operasional.....	31
III.6 Populasi dan Sampel.....	34
III.7. Teknik Penarikan Sampel.....	35
III.8 Teknik Pengumpulan Data	36
III.9 Teknik Validasi dan Reliabilitas	37
III.10 Teknik Analisis Data	38
BAB IV	44
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian	44
IV.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	49
IV.3. Pembahasan Hasil Penelitian	52
IV.4 Pembahasan Hasil Pengaruh Terpaan Iklan GoPay di Youtube <i>Versi</i> “ <i>Cerita Ai Yang Udah Buktiin Jaminan Saldo Kembali Dari Gopay!</i> ” Terhadap <i>Brand loyalty</i> Gojek Pada Masyarakat di Pulau Jawa.....	93
BAB V.....	96
V.1 Kesimpulan.....	96
V.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel II.1. Penelitian Terdahulu	27
Tabel IV.1. Hasil Pengujian Validitas Terpaan	50
Tabel IV.2. Hasil Pengujian Validitas <i>Brand loyalty</i>	50
Tabel IV.3. Uji Reliabilitas	52
Tabel IV.4. Pertanyaan saringan	53
Tabel IV.5. Pertanyaan Saringan Berdasarkan Domisili	54
Tabel IV.6. Identitas Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel IV.7. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel IV.8. Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran	57
Tabel IV.9. Deskripsi Terpaan Berdasarkan Frekuensi	59
Tabel IV.10. Deskripsi Terpaan Berdasarkan Durasi	61
Tabel IV.11. Deskripsi Terpaan Berdasarkan Atensi	63
Tabel IV.12. Deskripsi Mengenai Interval Kelas Terpaan	64
Tabel IV.13. Deskripsi Mengenai Hasil Terpaan	65
Tabel IV.14. Deskripsi Mengenai Berdasarkan Switcher	66
Tabel IV.15. Deskripsi Mengenai Berdasarkan Habitual Buyer	69
Tabel IV.16. Deskripsi Mengenai Berdasarkan Satisfied Buyer	71
Tabel IV.17. Deaskripsi Mengenai Liking the Brand	74
Tabel IV.18. Deaskripsi Mengenai Committed Buyer.....	76
Tabel IV.19. Deskripsi Mengenai Interval Kelas <i>Brand loyalty</i>	77
Tabel IV.20. Deskripsi Mengenai Hasil <i>Brand loyalty</i>	78
Tabel IV.21. Tabel Uji Normalitas	79
Tabel IV.22. Tabel Uji Linearitas	80
Tabel IV.23. Korelasi Terpaan Terhadap <i>Brand loyalty</i>	81
Tabel IV.24. Analisi Regresi Terpaan terhadap <i>Brand loyalty</i>	83

Tabel IV.25. Tabulasi Silang Usia dengan Terpaan	85
Tabel IV.26. Tabulasi Pekerjaan dengan Terpaan	86
Tabel IV.27. Tabulasi Pengeluaran dengan Terpaan	88
Tabel IV.28. Tabulasi Silang Usia dengan <i>Brand loyalty</i>	89
Tabel IV.29. Tabulasi Pekerjaan dengan <i>Brand loyalty</i>	90
Tabel IV.30. Tabulasi Pengeluaran dengan <i>Brand loyalty</i>	91

DAFTAR BAGAN

II.4. Bagan Kerangka Konseptual	27
---------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1. Platform Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan.....	4
Gambar I.2. Iklan Cerita Ai yang Udah Buktiin Jaminan Saldo Kembali Dari GoPay!.....	7
Gambar I.3. Platform E-Wallet Yang Sering Digunakan	9
Gambar I.4. Popularitas E-wallet (Top of Mind).....	10
Gambar 1.5. Pengguna Mobile Payment di Pulau Jawa	13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	99
Lampiran 2. Lembar Coding	104
Lampiran 3. Tabel Validitas Indikator Terpaan	109
Lampiran 4. Tabel Validitas Indikator <i>Brand loyalty</i>	109
Lampiran 5. Tabel Reliabilitas	113
Lampiran 6. Hasil SPSS Identitas Responden	113
Lampiran 7. Hasil Frekuensi Responden Kuesioner Indikator Terpaan	115
Lampiran 8. Hasil Frekuensi Responden Kuesioner Indikator <i>Brand loyalty</i> ...	116
Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas	121
Lampiran 10. Hasil Uji Linearitas	122
Lampiran 11. Hasil Analisis Regresi	122
Lampiran 12. Hasil Analisis Korelasi	122
Lampiran 13. Hasil Tabulasi Silang Identitas Responden dengan Terpaan	123
Lampiran 14. Hasil Tabulasi Silang Identitas Responden dengan <i>Brand loyalty</i>	124

ABSTRAK

Vincent Goenarso. NRP. 1423019076. Pengaruh Terpaan Iklan Gopay di Youtube Versi “Cerita Ai Yang Udah Buktiin Jaminan Saldo Kembali Dari Gopay!” Terhadap *Brand loyalty* Gojek Pada Masyarakat di Pulau Jawa

Penelitian ini bertujuan untuk menguji teori yang menyatakan bahwa ketika terpaan iklan ketika diterima baik pada konsumen, nantinya akan membuat konsumen akan melakukan pembelian berulang terhadap suatu brand sehingga terbentuk *brand loyalty*. GoPay merupakan salah satu *e-wallet* yang pertama kali hadir di Indonesia membuat iklan yang menawarkan jaminan saldo kembali ketika *handphone* hilang sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran untuk memperoleh *brand loyalty* dari konsumennya di tengah persaingan bisnis yang ketat. Iklan yang telah dibuat GoPay disebarakan melalui media sosial Youtube. terpaan terbagi menjadi tiga indikator yaitu frekuensi, durasi, atensi sedangkan *brand loyalty* menggunakan indikator *switcher*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking of the brand*, dan *committed buyer*. Jenis penelitian ini adalah eksplanasi dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan teknik *Quota sampling* dan pernyataan responden diukur dengan skala likert. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan iklan GoPay versi “cerita ai yang udah buktiin jaminan saldo kembali dari GoPay!” terhadap *brand loyalty* pada masyarakat di Pulau Jawa. Berdasarkan hasil perhitungan juga ditemukan bahwa terpaan iklan GoPay mendapat nilai rendah dan *brand loyalty* pada masyarakat di Pulau Jawa dinilai tinggi.

Kata kunci: terpaan iklan, *brand*, *brand loyalty*, GoPay

ABSTRACT

Vincent Goenarso. NRP. 1423019076. *The Effect of Exposure to Gopay Ads on Youtube Version of Ai's Story Who Has Proven a Back Balance Guarantee from Gopay! Against Gojek Brand loyalty to Communities on the Island of Java.*

This study aims to test the theory which states that when exposure to advertising is well received by consumers, it will make consumers make repeated purchases of a brand so that brand loyalty is formed. GoPay is one of the first e-wallets present in Indonesia to make advertisements that offer a guaranteed balance when the cellphone is lost as a marketing communication strategy to gain brand loyalty from consumers in the midst of intense business competition. Ads that have been made by GoPay are distributed via social media Youtube. exposure is divided into three indicators, namely frequency, duration, attention while brand loyalty uses indicators of switcher, habitual buyer, satisfied buyer liking of the brand, and committed buyer. This type of research is explanation with a quantitative approach. The method used is the survey method with quota sampling technique and the statements of the respondents are measured by a Likert scale. The results of this study found that there was an influence between GoPay advertising exposure to the story ai version which had proven a guaranteed balance back from GoPay on brand loyalty in the people of Java Island. Based on the calculation results, it was also found that exposure to GoPay advertisements received a low score and brand loyalty to the people of Java Island was considered high.

Keywords: advertising exposure, brand, brand loyalty, GoPay