



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH TERPAAN IKLAN SHOPEE GTW “GARANSI TEPAT
WAKTU” TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN KONSUMEN
(SURVEY PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS NASIONAL)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom.)

Faizal Qorni Alfath Rahayu

203516516445

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

AGUSTUS 2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**THE EFFECT OF EXPOSURE TO SHOPEE GTW ADVERTISING
"TIME GUARANTEE" ON THE LEVEL OF CONSUMER TRUST
(SURVEY ON STUDENTS OF THE NATIONAL UNIVERSITY
COMMUNICATION SCIENCES STUDY PROGRAM)
THESIS**

Submitted as one of the requirements to obtain a degree Bachelor of
Communication Science (S.I.Kom)

Faizal Qorni Alfath Rahayu

203516516445

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE COMMUNICATION
SCIENCE STUDY PROGRAM**

AUGUST 2024

LEMBAR ORISINALITAS SKRIPSI

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



**UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMUPOLITIK**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Faizal Qorni Alfath Rahayu
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516445
Konsentrasi : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan GTW “Garansi Tepat Waktu” Shopee Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen (Survey Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 27 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Nursatyo, S.Sos.M.Si.

Dekan



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

LEMBAR HALAMAN PENGESAHAN

LEMBAR HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama Mahasiswa : Faizal Qorni Alfath Rahayu
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516445
Konsentrasi : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul : Pengaruh Terpaan Iklan GTW “Garansi Tepat Waktu”
Shopee Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen (Survey
Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Nasional)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

Ketua Sidang : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

Penguji I : Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si.

Penguji II : Nursatyo, S.Sos.M.Si.

Ditetapkan di :

Pada Tanggal :

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIC
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Faizal Qorni Alfath Rahayu
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516445
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : FISIP
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan GTW "Garansi Tepat Waktu" Shopee Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen (Survey Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal 27 Agustus 2024 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 13 September 2024

Ketua Sidang : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.
Penguji I : Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si.
Penguji II : Nursatyo, S.Sos.M.Si.

Keterangan :

**) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diajukan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.*

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Faizal Qorni Alfath Rahayu

NPM : 203516516445

Fakultas/Akademi : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tanggal Sidang : Selasa, 27 Agustus 2024




JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA :

Pengaruh Terpaan Iklan GTW "Garansi Tepat Waktu" Shopee Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen (Survey Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional)

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS :

The Effect of Exposure to Shopee's "Timely Guarantee" GTW Advertising on Consumer Confidence Levels (Survey of National University Communication Science Study Program Students)

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 20 September 2024	TGL : 20 September 2024	TGL : 20 September 2024
 Nursatyo, S.Sos.M.Si	 Djadjur L Radjagukuk, S.Sos., M.Si	 Faizal Qorni Alfath Rahayu

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada”:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. sebagai Rektor dari Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, S. Sos., M.Si. sebagai Dekan dari Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. sebagai Wakil Dekan Bidang Administrasi Akademik dan Keuangan.
4. Bapak Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P. sebagai Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Kerja Sama dan Sumber Daya Manusia.
5. Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S. Sos., M.Si. sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
6. Bapak Nursatyo, S. Sos., M. Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Staf Sekretariat FISIP yang telah membantu penulis dalam pengurusan administrasi akademik penulis.
8. Ibu Dra. Masnah, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membantu perkuliahan peneliti.
9. Bapak Nursatyo, S. Sos., M. Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.

10. Seluruh Dosen Universitas Nasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama melakukan perkuliahan.
11. Keluarga, terutama kedua orang tua yaitu bapak Muhammad dan Ibu Dewi Dahyuni tercinta yang selalu memberikan dukungan melalui doa sehingga penulisan Skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
12. Teman Hidup penulis Siti Nur Sofwatunada yang selalu memberi dukungan dan selalu membantu penulis.
13. Teman-teman penulis yang selalu memberi dukungan kepada penulis.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan semangat dan doa untuk kelancaran penulisan skripsi.

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

Jakarta, 16 Agustus 2024.

Penulis,

Faizal Qorni Alfath Rahayu



ABSTRAK

Penggunaan platform e-commerce menjadi sangat populer akhir-akhir ini, terutama di kalangan gen z, Dalam beberapa tahun belakangan ini konsumen sudah mulai merasa gelisah atau kurangnya kepercayaan pada beberapa *e-commerce* salah satunya Shopee hal tersebut disebabkan paket atau barang yang konsumen pesan sering terlambat datang, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Terpaan Iklan GTW “GARANSI TEPAT WAKTU” Shopee terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen. untuk mengetahui Pengaruh Terpaan Iklan GTW “GARANSI TEPAT WAKTU” Shopee terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen, penelitian ini menggunakan teori *Advertising Exposure* oleh Rajeev Batra, John G. Mayer, dan David A. Aaker dengan metode kuantitatif, hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa ada hubungan kuat dan positif antara Terpaan Iklan GTW “Garansi Tepat Waktu” Shopee dan Tingkat Kepercayaan Konsumen.

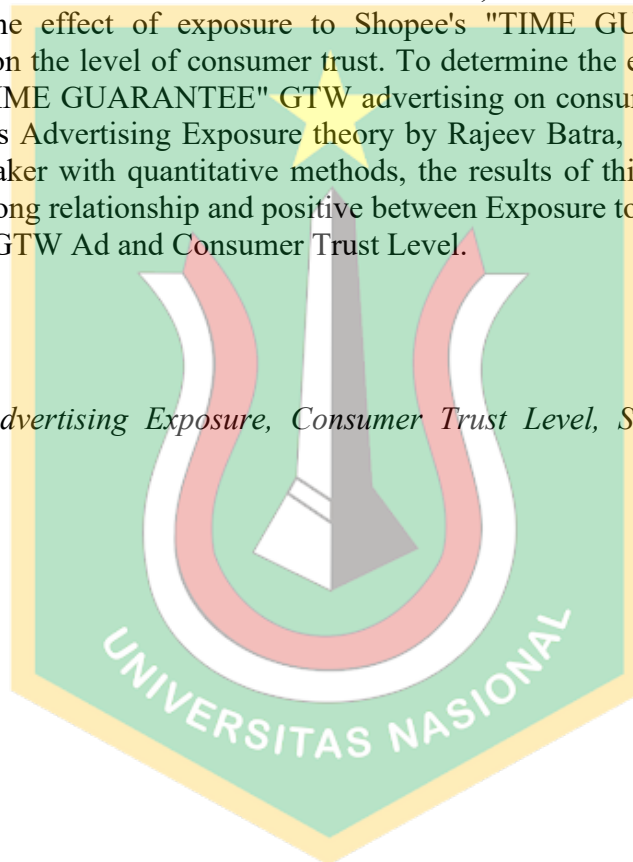
Kata Kunci: Terpaan Iklan, Tingkat Kepercayaan Konsumen, Shopee, Metode Kuantitatif



ABSTRACT

The use of e-commerce platforms has become very popular recently, especially among gen z generations. In recent years consumers have started to feel anxious or lack trust in some e-commerce sites, one of which is Shopee, this is due to packages or goods that Consumer orders often arrive late, the aim of this research is to determine the effect of exposure to Shopee's "TIME GUARANTEE" GTW advertising on the level of consumer trust. To determine the effect of exposure to Shopee's "TIME GUARANTEE" GTW advertising on consumer trust levels, this research uses Advertising Exposure theory by Rajeev Batra, John G. Mayer, and David A. Aaker with quantitative methods, the results of this research state that there is a strong relationship and positive between Exposure to Shopee's "On Time Guarantee" GTW Ad and Consumer Trust Level.

Keyword: Advertising Exposure, Consumer Trust Level, Shopee, Quantitative method



DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR HALAMAN PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DI REVISI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teori Terpaan Iklan.....	11
2.3 Pengaruh.....	13
2.4 Periklanan.....	14
2.4.1 Fungsi Periklanan.....	14
2.4.2 Tujuan Iklan.....	15
2.4.3 Dimensi Terpaan Iklan.....	16
2.5 E-Commerce.....	16
2.6 Kepercayaan Konsumen.....	16
2.6.1 Manfaat Kepercayaan Konsumen.....	17
2.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen.....	17
2.6.3 Mengembangkan Kepercayaan Konsumen.....	18
2.6.4 Dimensi Kepercayaan Konsumen.....	18
2.7 Kerangka Pemikiran.....	19
2.8 Hipotesis.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21

3.1	Paradigma Penelitian	21
3.2	Pendekatan Penelitian.....	21
3.3	Taraf Signifikan.....	22
3.4	Populasi dan Sample	23
3.4.1	Populasi.....	23
3.4.2	Sample.....	24
3.5	Pengukuran Variabel.....	25
3.5.1	Operasionalisasi Variabel	25
3.5.2	Instrument Riset.....	27
3.5.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Riset	30
3.6	Teknik Pengambilan Data.....	31
3.7	Teknik Analisis Data	32
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	32
3.7.2	Analisis Korelasi (<i>Parsial Pearson Product Moment</i>).....	32
3.7.3	Regresi Linear Sederhana	34
3.7.5	Uji Hipotesis (Uji t)	35
3.8	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	36
3.8.1	Lokasi.....	36
3.8.2	Jadwal Penelitian	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Gambaran Umum	38
4.1.1	Profile dan Sejarah Shopee	38
4.1.2	Shopee GTW “Garansi Tepat Waktu”	39
4.2	Analisa Hasil Penelitian	40
4.2.1	Karakteristik Responden	40
4.2.2	Uji Validitas	44
4.2.3	Uji Reliabilitas	47
4.3	Deskriptif Statistik	49
4.3	Deskripsi Variabel Terpaan Iklan GTW “Garansi Tepat Waktu” Shopee (X)	57
4.3.1	Deskripsi Dimensi Variabel X pada indikator Frekuensi	57
4.3.2	Deskripsi Dimensi Variabel X pada indikator Intensitas	61
4.3.3	Deskripsi Dimensi Variabel X pada indikator Durasi.....	63
4.4	Deskripsi Variabel Tingkat Kepercayaan Konsumen (Y).....	66

4.4.1	Deskripsi Dimensi Variabel Y pada indikator Kepuasan	66
4.4.2	Deskripsi Dimensi Variabel Y pada indikator Skala Interpesonal.....	69
4.4.3	Deskripsi Dimensi Variabel Y pada indikator Terpercaya	71
4.4.4	Deskripsi Dimensi Variabel Y pada indikator Hasil Kepercayaan.....	73
4.5	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	75
4.6	Uji Hipotesis.....	77
4.7	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	78
4.7.1	Koefisien Korelasi	78
4.7.2	Koefisien Determinasi.....	79
4.8	Pembahasan Penelitian	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		85



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3. 1 Distribusi Nilai Ttabel	23
Tabel 3. 2 Daftar Mahasiswa Aktif FISIP	24
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel.....	25
Tabel 3. 4 Jadwal Penelitian	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Usia.....	41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Tempat Tinggal.....	42
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Peminatan	42
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Angkatan	43
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Pengeluaran Perbulan	44
Tabel 4. 7 Uji Validitas Terpaan Iklan GTW “Garansi Tepat Waktu” Shopee	46
Tabel 4. 8 Uji Validitas Tingkat Kepercayaan Konsumen.....	47
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Terpaan Iklan GTW "Garansi Tepat Waktu" Shopee (X) dan Tingkat Kepercayaan Konsumen (Y).....	48
Tabel 4. 10 Deskriptif Statistik Terpaan Iklan GTW "Garansi Tepat Waktu" Shopee....	49
Tabel 4. 11 Perhitungan Kategori Variabel X dan Y	51
Tabel 4. 12 Hasil Deskriptif Statistik Terpaan Iklan GTW “Garansi Tepat Waktu” Shopee	52
Tabel 4. 13 Deskriptif Statistik Tingkat Kepercayaan Konsumen	53
Tabel 4. 14 Hasil Deskriptif Statistik Tingkat Kepercayaan Konsumen	56
Tabel 4. 15 Deskripsi Dimensi Variabel.....	57
Tabel 4. 16 Deskripsi Dimensi Variabel.....	58
Tabel 4. 17 Deskripsi Dimensi Variabel.....	59
Tabel 4. 18 Deskripsi Dimensi Variabel.....	60
Tabel 4. 19 Deskripsi Dimensi Variabel.....	61
Tabel 4. 20 Deskripsi Dimensi Variabel.....	62
Tabel 4. 21 Deskripsi Dimensi Variabel.....	63
Tabel 4. 22 Deskripsi Dimensi Variabel.....	63
Tabel 4. 23 Deskripsi Dimensi Variabel.....	64
Tabel 4. 24 Deskripsi Dimensi Variabel.....	65
Tabel 4. 25 Deskripsi Dimensi Variabel.....	66
Tabel 4. 26 Deskripsi Dimensi Variabel.....	67
Tabel 4. 27 Deskripsi Dimensi Variabel.....	68
Tabel 4. 28 Deskripsi Dimensi Variabel.....	69
Tabel 4. 29 Deskripsi Dimensi Variabel.....	70
Tabel 4. 30 Deskripsi Dimensi Variabel.....	71
Tabel 4. 31 Deskripsi Dimensi Variabel.....	72
Tabel 4. 32 Deskripsi Dimensi Variabel.....	73
Tabel 4. 33 Deskripsi Dimensi Variabel.....	74

Tabel 4. 34 Deskripsi Dimensi Variabel.....	75
Tabel 4. 35 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	76
Tabel 4. 36 Uji Hipotesis.....	77
Tabel 4. 37 Koefisien Korelasi.....	78
Tabel 4. 38 Tingkat Koefisien Korelasi.....	78
Tabel 4. 39 Koefisien Determinasi	79
Tabel 4. 40 Rangkuman Respon Dimensi Terpaan Iklan GTW "Garansi Tepat Waktu" Shopee.....	79
Tabel 4. 41 Rangkuman Respon Dimensi Tingkat Kepercayaan Konsumen.....	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rata-rata jumlah kunjungan ke 5 situs E-commerce terbesar di Indonesia ..	2
Gambar 1. 2 Iklan GTW "Garansi Tepat Waktu	4
Gambar 2. 1 Gambaran Konsep Terpaan Iklan	12
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 4. 1 Logo Shopee	38
Gambar 4. 2 Iklan GTW "Garansi Tepat Waktu" Shopee	40

