



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN SEPATU COMPASS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**

(Survei terhadap Mahasiswa Unas)

SKRIPSI

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

RIVAL RIZQULLAH AMBARDI

NPM.193516516276

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2023



NATIONAL UNIVERSITY

**THE INFLUENCE OF COMPASS SHOES MARKETING
COMMUNICATIONS ON PRODUCT PURCHASE DECISIONS**

(Survey of Unas Students)

THESIS

Submitted as a condition for
obtained a Bachelor of Communication Science (S.I.Kom.)

RIVAL RIZQULLAH AMBARDI

NPM.193516516276

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

2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



**UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

LEMBAR PESETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rival Rizqullah Ambardi
NPM : 193516516276
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Sepatu
Compass Terhadap Keputusan Pembelian
Produk
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 28 juli 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Adi Prakosa, M.Si.

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Rival Rizqullah Ambardi

NIM : 193516516276

Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Sepatu Compass terhadap Keputusan Pembelian Produk

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan - bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 29/07/2023

Yang membuat pernyataan,


METERAI TEMPEL
3300595929761
RIVAL RIZQULLAH AMBARDI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rival Rizqullah Ambardi
NPM : 193516516276
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi Keputusan : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Pembelian Produk
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan,
Jakarta, 21 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

(Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si)

Dekan,

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Rival Rizqullah Ambardi
NPM : 193516516276
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Sepatu Compass terhadap Keputusan Pembelian Produk

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Ketua Sidang : Yusuf Wibisono, S.I.P., M.Si.

Pembimbing I/Penguji I : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Pembimbing II/Penguji II : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 05/09/2023



[Handwritten signatures of the examiners]

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RIVAL RIZQULLAH AMBARDI
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516276
Fakultas / Akademik : FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Prodi / Konsentrasi : ILMU KOMUNIKASI/PERIKLANAN
Judul Skripsi : PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN SEPATU
COMPASS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 21 Agustus 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 5 September 2023

Ketua Sidang : Yusuf Wibisono, S.P., M.Si

Penguji I : Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Penguji II : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

Keterangan :

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

ABSTRAK

Nama : Rival Rizqullah Ambardi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Sepatu Compass Terhadap Keputusan Pembelian Produk

Kata Kunci Komunikasi Pemasaran, Keputusan Pembelian Sepatu Compass	<p>Sepatu Compass mengalami peningkatan penjualan yang terjadi pada tahun 2017 karena pemasaran sepatu compass yang berhasil memikat anak muda Indonesia dengan desain vintage. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dilapangan terhadap komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh merek sepatu compass bahwasannya mahasiswa Unas banyak yang memakai sepatu compass menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Penelitian dengan judul “Pengaruh komunikasi pemasaran Sepatu Compass Terhadap Keputusan Pembelian Produk”, memiliki rumusan masalah seberapa besar pengaruh komunikasi pemasaran sepatu compass terhadap keputusan pembelian produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi pemasaran produk sepatu compass terhadap keputusan pembelian produk. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Jenis pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling acak (simple random sampling). Sampel yang digunakan berjumlah 95 responden yang diambil dari siswa seluruh mahasiswa aktif prodi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Skala pengukuran menggunakan skala likert dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain teknik analisis data kuantitatif dan teknik analisis data deskriptif.</p> <p>Berdasarkan Hasil Pengujian Hipotesis yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang besar antara Komunikasi Pemasaran dengan Keputusan Pembelian. Hal ini dapat dilihat dari variabel bebas (X) Komunikasi Pemasaran memiliki pengaruh sebesar 82.3% terhadap variabel terikat (Y) yakni keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 17.7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar dari penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel moderat karena nilai Rsquare nya berada di kategori 0,799-1,000 yang di kategorikan sangat tinggi.</p>
Pembimbing	Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

ABSTRACT

Name : Rival Rizqullah Ambardi
 Study Program : Communication Studies
 Title : The Influence Of Compass Shoes Marketing Communications On Product Purchase Decisions

<p>Key Word</p> <p>Marketing Communications, Shoe Purchase Decisions Compass</p>	<p>Compass shoes experienced an increase in sales that occurred in 2017 due to the marketing of Compass shoes which managed to attract young Indonesians with vintage designs. Based on the analysis that has been carried out in the field on marketing communications carried out by the compass shoe brand, the fact that many Unas students wear compass shoes is an interesting thing to study. Research with the title "The Influence of Compass Shoes Marketing Communications on Product Purchase Decisions", has a formulation of the problem how much influence Compass Shoes marketing communications have on product purchasing decisions. The purpose of this study was to determine how much influence the marketing communications of Compass shoes products have on product purchasing decisions.</p> <p>This study uses a descriptive quantitative research method. The type of sampling used is random sampling (simple random sampling). The sample used was 95 respondents taken from students of all active students of the National University Communication Studies study program. The measurement scale used a Likert scale and the data analysis techniques used in this study included quantitative data analysis techniques and descriptive data analysis techniques.</p> <p>Based on the results of the Hypothesis Testing that has been done, it is concluded that there is a large influence between Marketing Communications and Purchasing Decisions. This can be seen from the independent variable (X) Marketing Communications has an influence of 82.3% on the dependent variable (Y), namely purchasing decisions, while the remaining 17.7% is explained by other factors outside of this study. This shows that the relationship between the two variables is moderate because the Rsquare value is in the 0,799-1,000 category which is categorized as very high.</p>
<p>Advisor</p>	<p>Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si</p>

KATA PENGANTAR/UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Ketertarikan penulis dengan permasalahan dalam skripsi ini adalah karena kepopuleran Sepatu Compass beberapa tahun belakangan ini, penulis juga melihat fenomena di Universitas Nasional bahwa banyak mahasiswa yang menggunakan Sepatu Compass.

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:

- a) Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
- b) Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
- c) Drs. Adi Prakosa, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
- d) Dr. Sri Desti Purwatingsih, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan ilmu, arahan, kritikan dan saran dalam proses penyusunan skripsi.
- e) Romika Junaidi, S.Ikom., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan informasi kepada penulis perihal akademik sejak awal perkuliahan.
- f) Seluruh Dosen FISIP terutama Program studi ilmu komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman pada penulis. Penulis

menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna.

- g) Untuk Nenek dan Kakek penulis, almarhumah Kartina Abdullah dan Sapani Raub yang sudah merawat dan mendidik penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang dari penulis kecil hingga sekarang.
- h) Kepada Bunda Meliani Sartika, Ayah Supardi, serta Bude Diani Fettryaty serta adik-adik penulis yang selalu memberikan semangat, doa motivasi, serta dukungan moral dan finansial selama ini.
- i) Kepada yang tersayang Anisa Puspita Sari yang telah mendukung, menemani, serta membantu penulis dalam segala hal terkait perkuliahan maupun penulisan skripsi ini.
- j) Untuk kedua orang tua dan keluarga penulis, Ibu Nanik , Ibu Metty, Bapak Kuspriyadi, Ridho, Enza yang selalu memberikan semangat, doa, motivasi, dan dukungan moril dan material dan moral penuh selama ini.
- k) Kepada sahabat-sahabat penulis Iqbal Afa Harizki, Indah Sugiarama dan Yaffi Hidayat yang telah membantu dan menemani penulis dari awal perkuliahan sampai saat ini.
- l) Seluruh teman, keluarga, saudara/I, dan semua pihak yang telah memberikan baik motivasi, dukungan dan doa yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

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, 29 Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PESETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	vi
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR/UCAPAN TERIMA KASIH	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
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 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	19
2.2.2 Pengertian Pemasaran	20
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.4 Deskripsi Brand Sepatu Compass	32
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	34
2.2.6 Proses Keputusan Pembelian	35
2.2.7 Kerangka pemikiran.....	38
2.3 Hipotesis.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Jenis Metode Penelitian.....	40
3.2 Populasi dan Sample	41

3.3 Operasional Variabel.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis data	49
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Hasil Penelitian Gambaran Umum.....	61
4.1.1 Sejarah Sepatu Compass	61
4.1.2 Visi & Misi Sepatu Compass	65
4.2 Pembahasan.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
DAFTAR LAMPIRAN.....	96



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 Sneakers lokal terbaik menurut Tokopedia.....	4
Tabel 3. 1 Data mahasiswa aktif Prodi Ilkom Universitas Nasional.....	41
Tabel 3. 2 Operasional variabel	44
Tabel 3. 3 Skala Likert	49
Tabel 3. 4 Uji Validitas	51
Tabel 3. 5 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi.....	54
Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas	54
Tabel 3. 7 Jadwal penelitian.....	60
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	68
Tabel 4. 4 Hasil Deskripsi Jawaban Responden	69
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)74	74
Tabel 4. 6 Uji Normalitas.....	78
Tabel 4. 7 Uji Linearitas.....	78
Tabel 4. 8 Analisis regresi linear sederhana.....	80
Tabel 4. 9 Pedoman Interpretasi Koefisien korelasi	81
Tabel 4. 10 Analisis Koefisien Kolerasi (R)	82
Tabel 4. 11 Nilai Rsquare.....	83
Tabel 4. 12 Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2)	84
Tabel 4. 13 Uji Persial T	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Sepatu Compass.....	32
Gambar 2. 2 Salah satu tipe sepatu Compass Yaitu Gazelle.....	33
Gambar 2. 3 Website Sepatu Compass	33
Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran Pengaruh komunikasi pemasaran sepatu compass terhadap keputusan pembelian produk	38

