

**PENGARUH IKLAN MELALUI MEDIA TELEVISI
DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK MEREK
Y.O.U DI SINGARAJA**

SKRIPSI



**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Pendidikan Ekonomi**

**OLEH
LUH LINDA ASTUTI
NIM 1417011017**

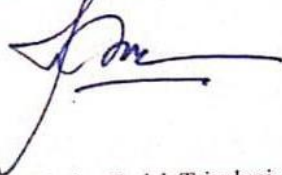
**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN EKONOMI DAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2021**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA PENDIDIKAN**

Menyetujui,

Pembimbing I,



Dra. Lulup Endah Tripalupi, M.Pd.
NIP. 195606221981032001

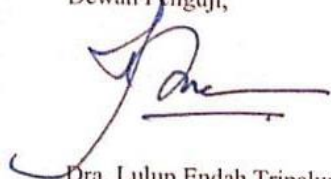
Pembimbing II,



Drs. I Nyoman Sujana, M.Si
NIP. 196706261993031003

Skripsi oleh Luh Linda Astuti ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal,

Dewan Penguji,



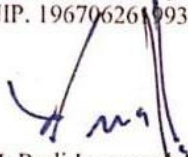
Dra. Lulup Endah Tripalupi, M.Pd.
NIP. 195606221981032001

(Ketua)



Drs. I Nyoman Sujana, M.Si
NIP. 196706261993031003

(Anggota)



M. Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd
NIP. 198712112018031002

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana pendidikan

Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 23 Juni 2021

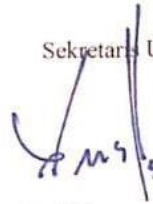
Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



M. Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd
NIP. 198712112018031002

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Gede Adi Yuniarta, SE. Ak., M.Si
NIP. 197906162002121003

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Iklan melalui Media Televisi dan Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Merek Y.O.U di Singaraja" beserta seluruh isinya adalah benar-benar hasil karya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan dan mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat ilmiah. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja,

Luh Linda Astuti
NIM. 1417011017

PRAKATA

Puji syukur dipanjatkan dihadapan Tuhan Yang Maha Esa (Ida Sang Hyang Widhi Wasa), karena berkat rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan melalui Media Televisi dan Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Merek Y.O.U di Singaraja” dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana pendidikan pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Gede Adi Yuniarta, SE. Ak.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Undiksha yang telah banyak memberi arahan, dan petunjuk dalam pelaksanaan penelitian;
2. Dr. Luh Indrayani, S.Pd.,M.Pd., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Akuntansi yang telah memberi kesempatan peneliti untuk menyusun skripsi ini.
3. M. Rudi Irwansyah, S.Pd.,M.Pd., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberi kesempatan penulis untuk menyusun skripsi ini.
4. Dra. Lulup Endah Tripalupi, M.Pd., selaku Pembimbing I yang telah memberikan banyak bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Drs. I Nyoman Sujana, M.Si selaku Pembimbing II yang telah memberikan banyak bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Staf dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu peneliti selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

7. Putu Rulyan Savitri selaku pemilik dari Berry Glam Store yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melaksanakan penelitian di lapangan.
8. Keluarga tercinta Ibu Luh Swastini, dan kakak saya satu-satunya Ayu Eka Yunda Dewi yang telah memberikan banyak dukungan, motivasi dan selalu mendoakan yang terbaik agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat tercinta Heni, Mira, Utari, Tama, dan kak Indah yang selalu bersedia membantu, menghibur dan mendengarkan keluh kesah selama proses penyelesaian skripsi ini.
10. Rekan-rekan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi yang sama-sama berjuang menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu dalam pelaksanaan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata kesempurnaan, baik dari segi penulisan maupun dari segi lainnya. Demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja

Peneliti

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Bauran Promosi	11
2.2 Minat Beli	13
2.3 Periklanan	19
2.4 Iklan Televisi	24
2.5 Iklan Media Sosial	30
2.6 Penelitian Terdahulu	34
2.7 Kerangka Berpikir	38
2.8 Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Rancangan Penelitian	42
3.2 Lokasi Penelitian	43
3.3 Definisi Operasional Variabel	43
3.4 Populasi dan Sampel	44
3.5 Jenis dan Sumber Data	46
3.6 Metode Pengumpulan Data	47
3.7 Instrumen Penelitian	47

3.8 Pengujian Instrumen	48
3.9 Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Hasil Penelitian	51
4.2 Pembahasan	55
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Simpulan	58
5.2 Saran	59



DAFTAR TABEL

Tingkat Konsumsi Media Televisi	4
Hasil Penelitian Terdahulu	33
Perbandingan dengan Penelitian terdahulu	35
Definisi Operasional Variabel	43
Skala Likert	47
Hasil Uji t Iklan Media Televisi	51
Hasil Uji t Iklan Media Sosial	52
Hasil Uji F Iklan Media Televisi dan Media Sosial	53
Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi	54



DAFTAR GAMBAR

Jumlah Pengguna Internet Indonesia	6
Media Sosial Paling Banyak digunakan di Indonesia	7



DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian	64
Uji Validitas	68
Data Penelitian	72
Karakteristik Responden	73
Uji Normalitas	80
Uji Multikolinearitas	82
Uji Heteroskedastisitas	83

