

**PENGARUH SIKAP, DAYA INGAT DAN FREKUENSI KLIK PADA IKLAN
ONLINE MELALUI JEJARING SOSIAL *FACEBOOK* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKAIAN**

Oleh :
Vikita Dinna Andriana
NIM : 212011018

KERTAS KERJA

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Guna Memenuhi Sebagian dari
Persyaratan-persyaratan untuk Mencapai
Gelara Sarjana Ekonomi**

**FAKULTAS : EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**



**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2017**

**PENGARUH SIKAP, DAYA INGAT DAN FREKUENSI KLIK PADA IKLAN *ONLINE*
MELALUI JEJARING SOSIAL *FACEBOOK* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKAIAN**


Oleh :
Vikita Dinna Andriana
NIM : 212011018

KERTAS KERJA

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Guna Memenuhi Sebagian dari
Persyaratan-persyaratan untuk Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi**

**FAKULTAS : EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

Disetujui oleh :


Eristia Lidia Paramita, SE, MM, S.Pd
Pembimbing

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2017**



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vikita Dinna Andriana
NIM : 212011018 Email : dina.dn1001@gmail.com
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis Program Studi : Manajemen
Judul tugas akhir : Pengaruh Sikap, Daya Ingat dan Frekuensi Klik pada Iklan *Online* Melalui Jejaring Sosial *Facebook* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian
Pembimbing : 1. Eristia Lidia Paramita, SE.,MM.,S.Pd

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 3 Mei 2017



Vikita Dinna Andriana



PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vikita Dinna Andriana
NIM : 212011018 Email : dina.dn1001@gmail.com
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis Program Studi : Manajemen
Judul tugas akhir : Pengaruh Sikap, Daya Ingat dan Frekuensi Klik Pada Iklan *Online* Melalui Jejaring Sosial *Facebook* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatas hanya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak *non-eksklusif* kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak *copyright* atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 4 Mei 2017

Vikita Dinna Andriana

1956
Mengetahui,

Eristia Lidia Paramita, SE., MM., S.pd

Tanda tangan & nama terang pembimbing II



UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

Jalan Diponegoro 52-60
Telp (0298) 321212, 311881
Salatiga 50711- Indonesia
Fax (0298)- 321433

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS KERTAS KERJA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Vikita Dinna Andriana

NIM : 212011018

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa kertas kerja,

Judul : Pengaruh Sikap, Daya ingat, dan Frekuensi Klik pada Iklan *Online*
Melalui Jejaring Sosial *Facebook* terhadap Keputusan Pembelian Pakaian
Pembimbing : Eristia Lidia Paramita, SE, MM, S.Pd
Tanggal diuji : 28 April 2017

adalah benar-benar hasil karya saya.

Didalam kertas kerja ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakuan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh.

Salatiga, 3 Mei 2017

Pernyataan



(Vikita Dinna Andriana)

HALAMAN MOTTO

***TUHAN AKAN MENUNTUN ENKKAU SENANTIASA DAN AKAN MEMUASKAN
HATIMU DI TANAH YANG KERING, DAN AKAN MEMBAHARUI KEKUATANMU;
ENKKAU AKAN SEPerti TAMAN YANG DIAIRI DENGAN BAIK DAN SEPerti
MATA AIR YANG TIDAK PERNAH MENGECEWAKAN***

-YESAYA 58:11-

SEMUA OLEH KASIH KARUNIA-NYA



ABSTRACT

Social network Facebook is currently not only used as a media to interact with friends only but can be used as a media for promotion and advertising. Online advertising is considered more practical and faster to sell and offer a variety of products, especially apparel products. The purpose of this study was to test stance on online advertising, online advertising recall in, frequency of clicks on online ads on social networking site Facebook can influence purchasing decisions clothes on Facebook users in Salatiga. This research is a quantitative research design survey. The sampling method used in this research is non probability sampling using purposive technique. based on certain considerations: 1) respondents have a Facebook account, 2) buying clothes for advertising on Facebook last 6 months. The sample used in this study was 150 respondents. Data were analyzed using multiple regression. The results showed that all three variables: stance on online advertising, online advertising recall in and frequency of clicks on online advertising has a significant positive effect on purchasing decisions clothes through social networking Facebook.

Keywords : Stance on online advertising, online advertising recall in, frequency of clicks on online ads, purchasing decisions clothing

SARIPATI

Jejaring sosial *Facebook* saat ini tidak hanya digunakan sebagai media untuk berinteraksi dengan teman saja namun bisa digunakan sebagai media untuk promosi dan beriklan. Iklan *online* dinilai lebih praktis dan cepat untuk menjual dan menawarkan berbagai produk khususnya produk pakaian. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sikap, daya ingat dan frekuensi klik pada iklan *online* terhadap keputusan pembelian pakaian pada pengguna *Facebook* di Salatiga. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian *survey*. Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu 1) responden memiliki akun *Facebook*, 2) pernah membeli pakaian karena iklan di *Facebook* 6 bulan terakhir. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 150 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu sikap, daya ingat dan frekuensi klik pada iklan *online* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian pakaian melalui jejaring sosial *Facebook*.

Keywords: Sikap pada iklan *online*, daya ingat pada iklan *online*, frekuensi klik pada iklan *online*, dan keputusan pembelian pakaian

KATA PENGANTAR

Keputusan pembelian merupakan serangkaian pilihan yang telah dibuat oleh konsumen. Ketika seseorang hendak membeli suatu produk maka orang itu akan mencari informasi sebanyak mungkin dan membandingkan harga. Iklan *online* dapat membantu konsumen untuk mencari produk yang diinginkan. Iklan *online* berisi mengenai promosi, iklan *banner*, dan berbagai penawaran produk akan menjadi pertimbangan bagi konsumen. Efektivitas iklan *online* yang meliputi sikap, daya ingat dan frekuensi klik menjadi pemengaruh seseorang dalam pembuatan keputusan pembelian. Dalam kertas kerja ini, penulis mengangkat judul “Pengaruh Sikap, daya ingat dan klik pada iklan *Online* melalui Jejaring Sosial *Facebook* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian”. Akhir kata, penulis menyadari bahwa ada banyak kekurangan dan kelemahan dalam penulisan kertas kerja ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik, saran, dan koreksi guna perbaikan penulisan dimasa akan datang. Selain itu, penulis mengharapkan karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Salatiga, 29 Maret 2017

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus yang telah memberikan anugerah setiap waktu hingga sampai saat ini, dalam menempuh masa perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir. Penyusunan tugas akhir ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen SatyaWacana Salatiga.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung selama perkuliahan dan sampai terselesaikannya tugas akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus sebagai Tuhan, Jurus selamat dan Bapa yang terbaik dan sangat baik yang selalu memberikan kasih dan penyertaanNya
2. Prof. Christantius Dwiatmadja, SE, ME., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi dan menimba ilmu di Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW.
3. Bapak Albert Kriestian Novi Adhi Nugraha, SE., MM., Ph.D selaku Kaprodi S1 Manajemen yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW.
4. Ibu Sri Sulandjari, SE., MSIE., Dr. selaku wali studi yang sudah membimbing dan mendampingi selama masa perkuliahan hingga selesai.
5. Ibu Eristia Lidia Paramita, SE., MM., S.Pd selaku pembimbing yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis dan yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan kesabaran untuk memberikan saran maupun kritik yang bermanfaat bagi penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana yang telah membekali ilmu selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Kristen Satya Wacana, serta Staf dan Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana yang telah membantu penulis dalam pengurusan persyaratan administrasi.
7. Keluarga tercinta Papa, Mama, Ong, Ek Na, Ek Sin, Ncek, Siko, Kelvin yang selalu memberikan *support* dan doa

8. Leader CG yang baik hati dan cantik : Ci Lisa yang sudah memberikan *support*, bantuan serta doa
9. Kak Sita yang selalu meluangkan waktu untuk membantu dan selalu memberikan pencerahan dan semangat
10. Teman-teman CG Detergent, Arrow, Grow dan Supernatural yang selalu menguatkan dan menjadi keluarga kedua
11. Agil, Ifa, Jung, Ci Eli, Kiki, Martha, Ci Yuyun, Ci Fena, Ci Ruth, Ci Lilis, Tina, Santi, Yosua, Ryan, Ko Ian, Ko Fai yang sudah menjadi sahabat terbaik selama masa suka dan duka.
12. Teman-teman satu angkatan penulis selama menyelesaikan kegiatan perkuliahan.
13. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Salatiga, 30 Maret 2017

Yang memberi pernyataan,

Vikita Dinna Andriana

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Tidak Plagiat	ii
Halaman Pernyataan Persetujuan Akses	iii
Halaman Persetujuan Atau Pengesahan	iv
Halaman Pernyataan Keaslian Karya Tulis Kertas Kerja	v
Halaman Motto	vi
<i>Abstract</i> /Saripati	vii
Kata Pengantar	viii
Ucapan Terima Kasih	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
1. PENDAHULUAN	1
2. LANDASAN TEORI	4
Iklan <i>Online</i>	4
Sikap Pada Iklan <i>Online</i>	4
Daya Ingat Iklan <i>Online</i>	5
Frekuensi Klik Pada Iklan <i>Online</i>	5
Jejaring Sosial	6
Keputusan Pembelian	6
Nalar Konsep	6
Model Penelitian	8
3. METODE PENELITIAN	10
Populasi dan Sampel	8
Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	9
Teknik Analisis Data	9
Pengukuran Variabel	9
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	12
5. PENUTUP	20
Kesimpulan	20
Implikasi Teoritis	20
Implikasi Terapan	21
Keterbatasan Penelitian	21
Saran	21
DAFTAR PUSTAKA	23
LAMPIRAN-LAMPIRAN	24

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Definisi Konseptual Operasional	9
Tabel 2	Karakteristik Responden	11
Tabel 3	Uji F	13
Tabel 4	Uji t	13
Tabel 5	Koefisien Determinasi.....	14



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Penelitian 8



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Pra Survei	24
Lampiran 2 Lembar Kuesioner Pretest	25
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Reliabilitas Pretest.....	27
Lampiran 4 Lembar Kuesioner Aktual	29
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Reliabilitas Aktual.....	32
Lampiran 6 Statistika Deskriptif.....	34
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	35

