

**PENGARUH KEINFORMATIFAN, KREDIBILITAS, DAN HIBURAN
DALAM IKLAN, SERTA SIKAP KONSUMEN TERHADAP
PENERIMAAN *MOBILE ADVERTISING* PADA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE
DI SURABAYA**

S K R I P S I

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh:

WANDA ROSE KRISTIANA
2014210167

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2018**

**PENGARUH KEINFORMATIFAN, KREDIBILITAS, DAN HIBURAN
DALAM IKLAN, SERTA SIKAP KONSUMEN TERHADAP
PENERIMAAN *MOBILE ADVERTISING* PADA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE
DI SURABAYA**

S K R I P S I

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh:

WANDA ROSE KRISTIANA
2014210167

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2018**

**PENGARUH KEINFORMATIFAN, KREDIBILITAS, DAN HIBURAN
DALAM IKLAN, SERTA SIKAP KONSUMEN TERHADAP
PENERIMAAN *MOBILE ADVERTISING* PADA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE
DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

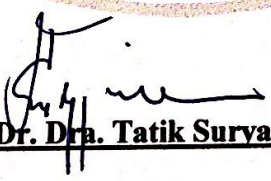
WANDA ROSE KRISTIANA

2014210167

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : ...7.... Agustus 2018


(Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M)

SKRIPSI

**PENGARUH KEINFORMATIFAN, KREDIBILITAS, DAN HIBURAN
DALAM IKLAN, SERTA SIKAP KONSUMEN TERHADAP
PENERIMAAN *MOBILE ADVERTISING* PADA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE
DI SURABAYA**

Disusun oleh

WANDA ROSE KRISTIANA

2014210167

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 16-08-2018

Tim Penguji

Ketua : (Dra.Ec.Aniek Maschudah L,M.Si.)

Sekretaris : (Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M)

Anggota : (Burhanudin, SE., M.Si.)

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wanda Rose Kristiana
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 20 September 1996
N.I.M : 2014210167
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Keinformatifan, Kredibilitas, dan Hiburan dalam Iklan, serta Sikap Konsumen Terhadap Penerimaan *Mobile Advertising* pada Pengguna Aplikasi Shopee di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

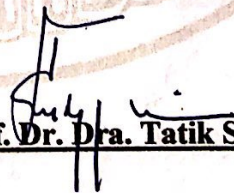
Tanggal : 28 November 2018



Dr. Muazaroh, SE, MT

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 24 Oktober 2018



Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M

MOTTO

“Have Faith, and Believe in Yourself”

PERSEMBAHAN

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen di STIE Perbanas Surabaya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Dengan tersusunnya skripsi ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. **Tuhan Yesus Kristus**, karena sumber segala ilham selama penulisan ini, sumber pengetahuan utama, sumber inspirasi, sumber kekuatan, sumber sukacita, kepada Dia, Yesus, dan Allah Bapa di Surga, *my Holy Spirit*.
2. **Kedua Orang Tua dan Saudara** saya tercinta yang selalu memberi dukungan, nasehat, doa, dan mendengarkan curahan hati selama menempuh studi di STIE Perbanas Surabaya.
3. **Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M** selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing saya dan selalu memberi motivasi hingga dapat menyelesaikan studi saya di STIE Perbanas Surabaya dengan tepat waktu.

4. **Yonathan Teguh Pambudi** yang selalu sabar, memberi semangat dan mengingatkan saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
5. **Karisma Twinta Virdayani, Bilqiis Tsuroyyaa, Rara Agnes, Yolanda Rizki** wanita-wanita tersuayaang yang selalu memberi semangat membara, *sharing* suka duka, dan meluangkan waktunya untuk saya.
6. **Yuda Andi Reza** yang selalu menyediakan waktu untuk membantu merapikan skripsi saya. Jika tidak ada kamu, saya tidak tau jadi seperti apa format skripsi saya ini. *Thanks brooo!*
7. **Rino Arya dan Hendra Setiawan** teman sebangkisan yang selalu berjuang bersama, menemani mengerjakan skripsi, dari awal hingga akhir. Semoga kalian sukses kawan.
8. **MANTER 2014**, teman-teman yang sudah seperti saudara dari semester 1 hingga sekarang, yang selalu memberi dukungan, canda tawa kalian yang selalu membuat saya semangat. Terimakasih *guys!*
9. Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk 4 tahun yang sangat berkesan dan berharga di STIE Perbanas Surabaya.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul : **“Pengaruh Keinformatifan, Kredibilitas, dan Hiburan dalam Iklan, Serta Sikap Konsumen Terhadap Penerimaan *Mobile Advertising* pada Pengguna Aplikasi Shopee di Surabaya”**.

Penulisan skripsi ini guna untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan Sarjana Strata 1 (S1) konsentrasi Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Terselesaikan skripsi ini juga telah dibantu oleh banyak pihak. Oleh karena itu, penulisan mengucapkan terima kasih kepada :

1. **Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M** selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan memberikan pengarahan kepada saya dalam penulisan skripsi ini, sehingga dapat diselesaikan dengan tepat waktu.
2. **Dr. Drs. Emanuel Kristijadi, MM.** selaku dosen wali yang selalu memberi dukungan.
3. **Dr. Muazaroh, S.E, M.T.** selaku ketua Program Studi Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya
4. **Dr. Lutfi, SE, M.Fin.** selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya selalu. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik

bagi penulis pada khususnya maupun bagi yang memerlukan bagi umumnya.

Surabaya, Agustus 2018

Penulis,



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK/RINGKASAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.2 Batasan Penelitian	32
3.3 Identifikasi Variabel.....	33
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.6 Instrumen Penelitian.....	38
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	40
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	40
3.9 Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	47
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	47
4.2 Analisis Data	57
4.3 Pembahasan.....	74

BAB V	PENUTUP	80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	81
5.3	Saran.....	81

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2. 1 : Perbandingan Persamaan dan Perbedaan antara Penelitian Terdahulu dan Sekarang	17
Tabel 3. 1 : Tabel Interval Kelas	36
Tabel 3. 2 : Kisi-Kisi Kuesioner	39
Tabel 4. 1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4. 3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4. 4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Aplikasi Shopee	47
Tabel 4. 6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Shopee	48
Tabel 4. 7 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Sosial Media yang Digunakan	50
Tabel 4. 8 : Rumus Interval Kelas	58
Tabel 4. 9 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Keinformatifan <i>Mobile Advertising</i> Shopee	52
Tabel 4. 10 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Kredibilitas <i>Mobile Advertising</i> Shopee	54
Tabel 4. 11 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Hiburan <i>Mobile</i> <i>Advertising</i> Shopee	55
Tabel 4. 12 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Sikap Konsumen pada <i>Mobile Advertising</i> Shopee	57
Tabel 4. 13 : Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Penerimaan Konsumen pada <i>Mobile Advertising</i> Shopee	58
Tabel 4. 14 : <i>Cross Loading</i> Sampel Kecil	66
Tabel 4. 15 : <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	67
Tabel 4. 16 : <i>Composite Reliability</i>	67

Tabel 4. 17 : Hasil Uji Validitas	68
Tabel 4. 18 : Uji Validitas Diskriminan	69
Tabel 4. 19 : Uji Reliabilitas pada Variabel Laten	70
Tabel 4. 20 : Evaluasi <i>Goodness of Fit</i> pada Model Persamaan Struktural	71
Tabel 4. 21 : <i>Goodness of Fit</i> Antara Variabel Laten	72
Tabel 4. 22 : Koefisien Jalur Model Persamaan Struktural	74



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 : Aplikasi <i>Mobile Shopping</i> Paling Populer di IOS Store	3
Gambar 1. 2 : Aplikasi <i>Mobile Shopping</i> Paling Populer di Google Play	3
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Parreno, Sanz-Blas, Ruiz-Mafe dan Aldas- Manzano, 2013	11
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Majedul Huq, Shahedul Alam, Nekmahmud,13 Aktar, dan Shamiul Alam, 2015	13
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Arif, Srikandi, dan Sunarti, 2016	16
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Wanda, 2018	29
Gambar 4. 1 : Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 4. 2 : Diagram Responden Berdasarkan Usia	49
Gambar 4. 3 : Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Gambar 4. 4 : Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Gambar 4. 5 : Diagram Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Shopee	53
Gambar 4. 6 : Diagram Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Shopee	55
Gambar 4. 7 : Diagram Responden Berdasarkan Sosial Media yang Digunakan	56
Gambar 4. 8 : Hasil Estimasi Model	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi dan Data Responden
- Lampiran 3 : Uji Hasil Kriteria Responden
- Lampiran 4 : Uji Hasil Tanggapan Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas



***INFLUENCE OF INFORMATIVENESS, CREDIBILITY,
ENTERTAINMENT IN ADVERTISEMENT,
AND CONSUMER ATTITUDE TOWARDS
ACCEPTANCE MOBILE ADVERTISING
ON SHOPEE APPLICATION USERS
IN SURABAYA***

Wanda Rose Kristiana

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2014210167@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Informativeness, Credibility, Entertainment in advertisement and Consumer Attitudes towards Acceptance Mobile Advertising on Shopee application users in Surabaya. This study used a quantitative approach and purposive sampling technique to selected sample . The population in this study was people of Surabaya Shopee application users, involved 100 respondents. Methods of data collection through the distribution of questionnaires. Data analysis using descriptive analysis, and statistical analysis. The data processing tool used WarpPLS version 6.0. The results showed that Informativeness, Credibility, and Entertainment have a significant positive influence on Consumer Attitudes, as well as Consumer Attitudes have a significant positive influence on Consumer Acceptance on mobile advertising Shopee in Surabaya.

Key words : *Mobile Advertising, Informativeness, Credibility, Entertainment, Consumer Attitudes, Consumer Acceptance, and WarpPLS.*

**PENGARUH KEINFORMATIFAN, KREDIBILITAS, DAN HIBURAN
DALAM IKLAN, SERTA SIKAP KONSUMEN TERHADAP
PENERIMAAN *MOBILE ADVERTISING* PADA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE
DI SURABAYA**

Wanda Rose Kristiana

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2014210167@students.perbanas.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Keinformatifan, Kredibilitas, dan Hiburan dalam iklan serta Sikap Konsumen terhadap Penerimaan *Mobile Advertising* pada pengguna aplikasi Shopee di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memilih sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya pengguna aplikasi Shopee, dengan jumlah sampel 100 responden. Metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, dan analisis statistik. Alat pengolahan data yang digunakan adalah WarpPLS versi 6.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keinformatifan, Kredibilitas, dan Hiburan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap Sikap Konsumen, serta Sikap Konsumen memiliki pengaruh signifikan positif terhadap Penerimaan Konsumen pada *mobile advertising* Shopee di Surabaya.

Kata Kunci : *Mobile Advertising*, Keinformatifan, Kredibilitas, Hiburan, Sikap Konsumen, Penerimaan Konsumen, WarpPLS