

No. 3922/KOM-D/SD-S1/2020

**PENGARUH IKLAN GO-JEK DI TELEVISI TERHADAP
MINAT KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN GO-JEK
SEBAGAI SARANA TRANSPORTASI DI KELURAHAN
SIMPANG BARU KOTA PEKANBARU**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas
Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Untuk Memenuhi
Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

PUJIANTO
NIM. 11343104631

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

RIAU

2020



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

©Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University Sultan Syarif Kasim



Halaman Persetujuan Pembimbing

Pengaruh Terpaan Iklan Go-Jek Di Televisi Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi Di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru

Disusun Oleh:

Nama : Pujianto
 Nim : 11343104631

Telah disetujui dosen pembimbing pada tanggal: 23 Agustus 2019

Pembimbing I

Musfiady, S.Sos, M.Si
 NIP. 19721201 200003 1 003

Pembimbing II

Dr. Aslati, M.Ag
 NIP. 19700817 200701 2 031

Mengetahui:

Ketua Jurusan Komunikasi

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
 NIP. 19691118 199603 2 001

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FAKULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R Soebrantas No. 155 KM.15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box 1004 Telp. 0761-7046522
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, Email: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Pengaruh Iklan Go-Jek Di Televisi Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi Di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru" yang ditulis oleh:

Nama : Pujianto
Nim : 11343104631
Jurusan : Ilmu Komunikasi

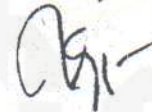
Telah dimunaqasahkan dalam sidang panitia ujian sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Senin
Tanggal : 18 November 2019

Dan disetujui sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 Maret 2020

Dekan,

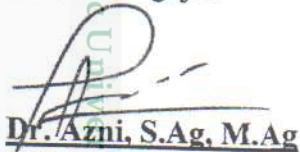


Dr. Nurdin, MA

NIP. 19660620 200604 1 015

Tim Penguji

Ketua/Penguji I



Dr. Azni, S.Ag, M.Ag

NIP. 19701010 200701 1 051

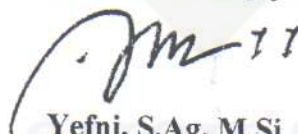
Penguji III



Dewi Sukartik, M.Sc

NIK. 130311019

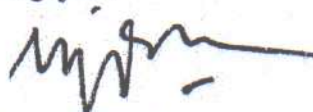
Sekretaris/ Penguji II



Yefni, S.Ag, M.Si

NIP. 19700914 201411 2 001

Penguji IV



Dr. H. Miftahuddin, M.Ag

NIP. 19750511 200312 1 003



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

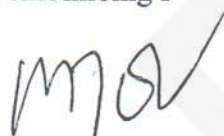
**Pengaruh Terpaan Iklan Go-Jek Di Televisi Terhadap Minat Konsumen
Untuk Menggunakan Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi Di Kelurahan
Simpang Baru Kota Pekanbaru**

Disusun Oleh:


NAMA : Pujianto
NIM : 11343104631

Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal : 23 Agustus 2019

Pembimbing I


Musfialdy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003

Pembimbing II


Dr. Aslati, M.Ag
NIP. 19700817 200701 2 031



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Pujianto
 NIM : 11343104631
 Tempat / Tanggal Lahir : Suhud, 10 April 1995
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Go-Jek Di Televisi Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi Di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 28 Oktober 2019
 ng Membuat Pernyataan,



Puji

Pujianto
 NIM. 11343104631

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk kepentingan pribadi atau kelompok, tanpa izin dari pihak yang bersangkutan.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pekanbaru, 23 Agustus 2019

Hak Cipta © UIN Suska Riau
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hakcipta UIN Suska Riau

Hal : Nota dinas
Lampiran : 1 (satu) Exsemplar
Perihal : Pengajuan Skripsi

Kepada Yth.
 Dekan fakultas dakwah dan komunikasi
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Di Tempat
 Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

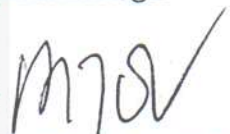
Dengan Hormat,
 Setelah kami mengadakan Pemeriksaan dan Perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini maka mahasiswa berikut ini:


Nama : PUJIANTO
Nim : 11343104631
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Broadcasting

Dapat diajukan menempuh ujian Skripsi pada Fakultas dakwah dan kumunikasi dengan judul "Pengaruh Terpaan Iklan Go-Jek Di Televisi Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Go-Jek Sebagai Sarana Trasnportasi Di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru". Harapan agar dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat di panggil untuk di uji dalam sidang "Munaqasah" Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikianlah agar dimaklumi dan atas perhatiannya di ucapkan terimakasih.
 Wassalam.

Tim Pembina Skripsi

Pembimbing I

Musfialdy, S.Sos, M.Si
 NIP. 19721201 200003 1 003

Pembimbing II

Dr. Aslati, M.Ag
 NIP. 19700817 200701 2 031

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Pujianto
Jurusan : Ilmu Komunikasi (*Broadcasting*)
Judul : Pengaruh Iklan Go-Jek di Televisi terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru

Kemunculan perusahaan Go-Jek dan iklannya di stasiun televisi menjadi salah satu perusahaan yang berkembang pesat di Indonesia mengalahkan 37 perusahaan lainnya. Keberhasilan Go-Jek tersebut tidak terlepas dari peran iklan sebagai pemicu minat konsumen untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi nomor 1 di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan Go-Jek di televisi terhadap minat konsumen untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru. penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 99 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka dan perhitungan menggunakan metode standar (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan iklan Go-Jek di televisi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru dengan hasil uji T hitung $9,920 > T$ tabel 1,984. Terpaan iklan Go-Jek di televisi memiliki pengaruh sebesar 50,4% terhadap minat konsumen untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru.

Kata kunci : Pengaruh, Iklan, Go-Jek, Transportasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Pujianto
Department : Communication (*Broadcasting*)
Title : **The Effect of Go-Jek Advertisement on Television toward the Consumers' Interest using Go-Jek as Transportation Application in the Kelurahan Simpang Baru Pekanbaru**

The emergence of the Go-Jek company and its advertisements on television indicates that it is one of the fastest growing companies in Indonesia, beating 37 other companies. The success of Go-Jek is inseparable from the role of advertising as a trigger for consumer interest to use Go-Jek as the number 1 transportation tool in Indonesia. The purpose of this study is to know the effect of the Go-Jek advertisement on television toward the consumers' interest using Go-Jek as a transportation application in the Simpang Baru, Pekanbaru City. This study uses quantitative descriptive methods with a total sample of 99 respondents. The sampling technique in this study is purposive sampling. Data collection is done through observation, questionnaires, and documentation. The data analysis technique used is quantitative analysis described by numbers and calculations using the standard method (SPSS). The results showed that the exposure of Go-Jek advertisements on television had a significant effect on consumer' interest using Go-Jek as transportation application in the Simpang Baru, Pekanbaru City. The results of the T test of $9,920 > T$ table of 1,984. The exposure of Go-Jek advertisements on television has an effect of 50.4% on consumers' interest using Go-Jek as transportation application in the Simpang Baru, Pekanbaru City.

Keywords: Effect, Advertisement, Go-Jek, Transportation



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Segala puji kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Iklan Go-Jek di Televisi terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru”** ini tepat waktu.

Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi junjungan Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan atau arahan kepada penulis selama proses penyusunan proposal, penelitian, riset lapangan dan skripsi ini. Untuk itu pula penulis menyampaikan penghargaan terimakasih setinggi-tingginya kepada kedua orang tua tercinta **Ayahanda (Dardi) dan Ibunda (Sutrisni)** yang telah memberikan dukungan, do'a, semangat, dan kasih sayang, kepada penulis agar bisa menjadi anak yang berguna. Seterusnya penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, MA.g selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
2. Bapak Dr. Drs. H.Suryana.jamrah .MA selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Kusnadi, M.Pd selaku Wakil Rektor II, dan Dr.H.Promadi, MA.Ph D.selaku Wakil Rektor III
3. Bapak Dr. Nurdin, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
4. Bapak Dr. Masduki, M.Ag sebagai Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
5. Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si, sebagai Wakil Dekan II dan Bapak Dr.Azni, S.Ag, M.Ag sebagai Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Ibu Dra. Atjih sukaesih, M.Si sebagai Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Yantos, M.Si sebagai Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Muhammad Badri, M.Si sebagai Penasehat Akademik (PA) yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
9. Bapak Musfialdy, S.Sos, M.Si dan Ibu Dr. Aslati M.Ag selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan masukan serta motivasinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Seluruh dosen-dosen se Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah mengajar dan mendidik baik secara teoritis maupun praktis.
11. Staff dan seluruh pegawai yang berada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang membantu penulis dalam menyelesaikan seluruh administrasi dan surat-menyurat selama masa perkuliahan.
12. Saudara dan Kerabat penulis yang telah memberikan banyak dukungan sehingga penulis dapat mencapai titik ini.
13. Terima Kasih kepada orang-orang terdekat yang selalu memberikan dukungan yaitu Muhammad Sabarudin, Ronal Haryanto, Bayu Khabib Mustain, Muhammad Tolhah, Kholil Amri Syahrif, Riyaldi Zulhasmi, Fazri Maruli Tua Hutagalung, Pino Bahari Rambe, Guruh Prayogo, Gilang Mahardhika, Habil Fachri, Ikramullah, Fadlan Maulana, Putra dan Ikhsan. Semoga amal kebaikan dan jasa baik yang diberikan kepada saya selama



Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu selama menjalani proses perkuliahan di UIN SUSKA RIAU FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI konsentrasi Jurnalistik. Penulis juga memohon atas segala kesalahan dan kekurangan yang penulis perbuat selama perkuliahan berlangsung baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari perbaikan dimasa mendatang.

Pekanbaru, 24 April 2020
Penulis,

Pujianto
Nim. 11343104631

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Permasalahan	6
1. Identifikasi Masalah.....	6
2. Batasan Masalah	6
3. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kegunaan Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Teori	9
1. Teori <i>Uses and Gratification</i>	9
2. Minat.....	11
a. Pengertian Minat.....	11
b. Unsur-Unsur Yang Membentuk Suatu Minat.....	12
B. Kajian Terdahulu	13
C. Definisi Konsep dan Operasional Variabel	17
D. Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	21
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
C.	Populasi dan Sampel.....	21
1.	Populasi	21
2.	Sampel.....	22
D.	Teknik Pengumpulan Data	23
E.	Uji Validitas.....	24
1.	Uji Validitas Data	24
2.	Uji Reliabilitas Data	25
F.	Teknik Analisis Data	25
G.	Uji Hipotesis.....	26
1.	Uji T hitung	26
2.	Koefisien Determinasi	27

BAB IV GAMBARAN UMUM

A.	Profil Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru.....	28
B.	Data Statistik Kelurahan Simpang Baru	29
C.	Program Kelurahan Simpang Baru	29
D.	Struktur Kelurahan Simpang Baru	31

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Hasil Penelitian	32
1.	Karakteristik Responden Penelitian.....	32
2.	Deskriptif Variabel.....	34
3.	Uji Kualitas Instrumen	49
4.	Analisis Regresi Linear Sederhana	53
5.	Pengujian Hipotesis.....	54
B.	Pembahasan	56

BAB VI PENUTUP

A.	Kesimpulan	59
B.	Saran.....	59



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

©Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Konsep Operasional Variabel.....	18
Tabel 3.1	Interprestasi Nilai r	27
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin	29
Tabel 5.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 5.2	Jumlah Responden Berdasarkan Umur.....	33
Tabel 5.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	33
Tabel 5.4	Tingkat Keseringan Menonton Iklan Go-Jek di Televisi.....	34
Tabel 5.5	Iklan Go-Jek Lebih Sering Tampil di Televisi Daripada Iklan Lainnya.....	35
Tabel 5.6	Mengetahui Berapa Lama Waktu Penayangan Iklan Go-Jek di Televisi.....	35
Tabel 5.7	Penayangan Iklan Go-Jek di Televisi Tidak Menyita Waktu	36
Tabel 5.8	Menyaksikan Iklan Go-Jek di Televisi Sampai Selesai	36
Tabel 5.9	Mengetahui Go-Jek Dari Iklan Yang Ditayangkan di Televisi...	37
Tabel 5.10	Mengetahui Go-Jek Dari Iklan di Media Lain	37
Tabel 5.11	Iklan Go-Jek di Televisi Lebih Menarik Dibanding Media Lain..	38
Tabel 5.12	Iklan Go-Jek di Televisi Lebih Mudah Dipahami.....	38
Tabel 5.13	Mencari Tahu Lebih Jauh Tentang Go-Jek	39
Tabel 5.14	Mencari Kebenaran Iklan Go-Jek Dari Berbagai Media	39
Tabel 5.15	Rekapitulasi Deskriptif Variabel Iklan (X)	40
Tabel 5.16	Memperhatikan Iklan Go-Jek Yang Ditayangkan di Televisi Dengan Seksama	42
Tabel 5.17	Memperhatikan Jasa Yang Ditawarkan Go-Jek Pada Iklan Yang Ditayangkan di Televisi	42
Tabel 5.18	Memperhatikan Keunggulan Go-Jek Melalui Iklan Yang Ditayangkan di Televisi	43
Tabel 5.19	Memperhatikan Penyampaian Pesan Dalam Iklan Go-Jek Yang Ditayangkan di Televisi	43
Tabel 5.20	Ingin Menggunakan Go-Jek Setelah Melihat Iklan Yang Ditayangkan di Televisi	44
Tabel 5.21	Ingin Menggunakan Go-Jek Karena Tidak Memiliki Kendaraan...	44



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.22	Menggunakan Go-Jek Untuk Menghindari Macet	45
Tabel 5.23	Go-Jek Dapat Meningkatkan Hubungan Sosial Antara Masyarakat	45
Tabel 5.24	Go-Jek Menjadi Salah Satu Alternative Untuk Mempermudah Transportasi	46
Tabel 5.25	Go-Jek Dapat Membantu Melancarkan Aktivitas.....	47
Tabel 5.26	Rekapitulasi Deskriptif Variabel Minat Konsumen (Y).....	47
Tabel 5.27	Uji Validitas Variabel Iklan Go-jek (X)	50
Tabel 5.28	Uji Validitas Variabel Minat Konsumen (Y).....	51
Tabel 5.29	Nilai CRONBACH’S ALPHA Terpaan Iklan (Variabel X)	52
Tabel 5.30	Nilai CRONBACH’S ALPHA Minat Konsumen (Variabel Y) ...	52
Tabel 5.31	UJI REABILITAS INSTRUMEN	53
Tabel 5.32	Analisis Regresi Linear Sederhana	53
Tabel 5.33	Uji T (Uji Secara Parsial)	55
Tabel 5.34	Uji Koefisien Determinasi (R Square)	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru 31

Gambar 5.1 Skala Keputusan Tanggapan Responden Terhadap Variabel Iklan Go-Jek (X) 41

Gambar 5.2 Skala Keputusan Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Konsumen (Y)..... 48



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Foto Kantor Lurah Simpang Baru Kota Pekanbaru
- Lampiran 3 : Output SPSS Versi 24.0
- Lampiran 4 : Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 5 : Naskah Riset Proposal
- Lampiran 6 : Nota Dinas
- Lampiran 7 : Surat Izin Mengadakan Penelitian dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Lampiran 8 : Surat Rekomendasi Pelaksanaan Kegiatan Riset/Pra Riset dan Pengumpulan Data Untuk Bahan Skripsi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini, di setiap sudut kehidupan selalu ada bujukan membeli, yang halus maupun yang terang-terangan. Bahkan kolom tajuk rencana di koran-koran pun kadang disisipi dengan promosi atau iklan terselubung. Penonton sudah tidak kaget kalau di tenga-tengah program acara di televisi, youtube dan media-media lainnya muncul iklan. Sekitar 50% halaman majalah juga bertabur iklan mulai dari iklan mobil, kulkas, sikat gigi, deterjen, dan sebagainya. Bujukan-bujukan itu bersumber dari para pengiklan, spesialis humas dan berbagai profesi lain yang semuanya menggunakan media massa untuk mencetak penjualan. Bujukan juga datang dari media sendiri, baik itu mengenai mutu medianya sendiri atau produk sampingannya.¹

Iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan yang penting sebagai alat pemasaran dalam menjual barang, memberikan layanan, serta gagasan atau ide, melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasif. Iklan dapat membuat konsumen percaya bahwa suatu produk memiliki nilai yang tinggi.²

Strategi pemasaran banyak berkaitan dengan komunikasi. Periklanan merupakan salah satu bentuk khusus komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran. Untuk dapat menjalankan fungsi pemasaran, maka apa yang harus dilakukan dalam kegiatan periklanan tentu saja harus lebih dari sekedar memberikan informasi kepada khalayak. Periklanan harus mampu membujuk khalayak ramai agar berperilaku sedemikian rupa sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan untuk mencetak penjualan dan keuntungan. Periklanan harus mampu mengarahkan konsumen membeli produk-produk yang oleh

¹ William L. Rivers, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 231

² Alo Liliweri, *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*, (Bandung : Citra Aditya, 1992), h. 20



departemen pemasaran telah dirancang sedemikian rupa, sehingga diyakini dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan pembeli. Singkatnya, periklanan harus dapat mempengaruhi pemilihan dan keputusan pembeli.³

Iklan juga berfungsi untuk mempengaruhi konsumen agar memahami dan sadar terhadap merek yang akan dan telah menjadi pilihannya. Iklan juga dapat dipakai untuk membangun citra jangka panjang dan mampu menjangkau calon konsumen walau letaknya berjauhan, karena itu jangan sampai pemasar meremehkan peran iklan, karena iklan merupakan cara yang efektif untuk menyebarkan pesan atau informasi suatu merek kepada konsumen.

Banyak media yang digunakan orang untuk beriklan, salah satunya melalui media televisi. Televisi yang sudah ada sejak 50 tahun yang silam baru mulai dikenal di Indonesia pada sekitar tahun 1962. Dalam era reformasi sekarang ini, televisi memang boleh dikatakan telah merebut minat masyarakat di berbagai penjuru dunia. Televisi menyajikan berbagai macam program tayangan, baik yang berdasarkan realitas, rekaan, dan ciptaan yang sama sekali baru. Televisi mengetengahkan berbagai macam siaran dalam berbagai bentuk; berita, pendidikan, hiburan dan iklan.

Para pemasang iklan di media televisi telah menjalin hubungan yang erat dengan industri televisi, karena keberadaan media ini dianggap sebagai suatu sarana yang ampuh untuk menyampaikan pesan-pesan provokatif terhadap target audiens sebagai mangsanya. Peran iklan televisilah yang membuat siaran televisi tetap hidup dan bisa bertahan dalam melangsungkan program penyiarannya. Kaitan iklan dengan televisi merupakan menyatunya dua kepentingan dari segmentasi pasar yang hampir sama. Hal ini dapat diartikan bahwa iklan memerlukan media sebagai sarana penyampaian produk yang akan diinformasikan kepada masyarakat luas, sementara televisi membutuhkan iklan guna pembiayaan operasional dan pengembangan program siarannya.

³ Frank Jefkins, *Periklanan*, (Jakarta : Erlangga, 1997), h. 15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Salah satu iklan yang sering muncul di Televisi adalah Go-Jek. Go-Jek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek yang dapat dipesan melalui aplikasi telepon (*mobile app*). Dengan menggunakan aplikasi tersebut, konsumen (calon penumpang) dengan mudah memesan Go-Jek di manapun dan kapanpun. Guru Besar Universitas Indonesia (UI) Rhenald Kasali mengatakan, perkembangan iklan di media online tergantung dari kebutuhan hajat. Menurutnya, ide Go-Jek sangatlah kreatif, terutama karena menggunakan atribut sebagai media promosi.⁴

Berdasarkan pengamatan peneliti dimedia *online*, Go-Jek merupakan salah satu perusahaan yang masuk ke daftar 56 perusahaan yang mengubah dunia versi majalah *Fortune*. Dalam daftar tersebut *startup ride sharing* asal Indonesia ini duduk di peringkat ke-19. Daftar tersebut dikenal sebagai *Fortune Change The World* dan selalu diperbarui setiap tahun. Isinya merupakan perusahaan-perusahaan yang dinilai mendapat pemasukan di atas 1 miliar dollar AS atau Rp. 1,3 Triliun pertahun dan memiliki pengaruh pada lingkungan sosial tempatnya berada. Dalam daftar *Change The World* tersebut, *Fortune* menyebutkan bahwa Go-Jek adalah startup asal Indonesia yang menyediakan layanan antar sesuai permintaan pengguna, mulai dari ojek, makanan, hingga soal kecantikan. Keberhasilan Go-Jek tersebut tidak terlepas dari peran iklan sebagai pemicu minat konsumen untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi nomor 1 di Indonesia.⁵

Di Pekanbaru sendiri, Go-jek telah mengeluarkan pengumuman pembukaan pendaftaran sebagai driver untuk wilayah Pekanbaru pada tanggal 10 Maret 2017. Layanan yang sempat mendapatkan penolakan di beberapa daerah ini sudah menyebar melalui media sosial (medsos) dengan iming-iming

⁴ Rachmad Faisal Harahap,

<https://economy.okezone.com/read/2015/06/18/320/1167321/tanpa-iklan-go-jek-terkenal-karena-kreatif> (Diakses Pada Tanggal 30 Maret 2018 Pukul 21.00 WIB)

⁵ Yoga, Hastyadi Widiartanto, <https://teknokompas.com/read/2017/09/09/14300037/go-jek-masuk-daftar-perusahaan-yang-mengubah-dunia>, (Diakses Pada Tanggal 30 Maret 2018 Pukul 21.00 WIB)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bonus Rp. 500.000.⁶ Ditambah lagi dengan banyaknya iklan yang muncul di beberapa media dan televisi, sejak saat itu Go-Jek menjadi salah satu perusahaan yang berkembang pesat di Pekanbaru.

Dengan perkembangan penduduk yang sangat pesat saat ini masyarakat Kota Pekanbaru cenderung menggunakan Go-Jek sebagai sarana untuk transportasi. Secara umum masyarakat mendapatkan informasi Go-Jek melalui iklan di berbagai media baik cetak maupun *online*. Dalam penelitian ini penulis fokus pada media televisi.

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah penulis jelaskan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Iklan Go-Jek di Televisi terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru”**. Alasan peneliti memilih masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan adalah karena lokasi ini merupakan salah satu lokasi yang padat penduduk dan merupakan salah satu tempat dimana banyak ditemukan driver Go-Jek yang menunggu penumpang, dan dilokasi ini juga terdapat dua Universitas besar yang banyak menggunakan Go-Jek.

B. Penegasan Istilah

1. Pengaruh

Pengaruh adalah salah satu elemen dalam komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil tidaknya komunikasi yang diinginkan.⁷

2. Iklan

Iklan atau advertising dapat didefinisikan sebagai “any paid form of nonpersonal communication about an organization, product, service, or, ide by an identified” (setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai

⁶ Hadi, <https://www.cakaplah.com/berita/baca/2017/03/10/gojek-hadir-di-pekanbaru-dishub-tak-akan-kami-berikan-izin> (Diakses Pada Tanggal 20 April 2019 Pukul 21.12 WIB)

⁷ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2010), h. 165



suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui.⁸

3. Televisi

Televisi merupakan salah satu media dalam komunikasi, dari semua media komunikasi yang ada, televisi lah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia.⁹ Televisi merupakan media yang mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Televisi mempunyai kelebihan dari media massa lainnya, yaitu bersifat audio visual (didengar dan dilihat), dapat menggambarkan kenyataan dan langsung dapat menyajikan peristiwa yang sering terjadi ke setiap rumah para pemirsa dimanapun mereka berada.

4. Minat

Defenisi minat adaah suatu rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh dan cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap hal atau atifitas tersebut. Minat sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja terlahir dengan penuh kemauannya dan tergantung dari bakat serta lingkungannya.¹⁰

5. Konsumen

Konsumen adalah orang atau seseorang yang menggunakan atau memakai hasil produksi baik barang ataupun jasa. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumen adalah pemakai barang atau jasa.¹¹

6. Transportasi

Transportasi diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Proses pengangkutan merupakan gerakan

⁸ Morissan, *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta : Kencana, 2010), h. 17

⁹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta : PT Prenada Media Group, 1997), h. 13

¹⁰Yushanafi Mursid N, "Perbedaan Minat dan Prestasi Belajar Siswa Pada Mata Diklat Mengoperasikan Sistem Pengendalian Elektronik Dengan Menggunakan *Software* Tutorial PLC Siswa Kelas XI SMK Negeri 2 Pengasih", *Jurnal Skripsi* (2012).

¹¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1990, h. 348

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari tempat asal, dari mana kegiatan angkutan dimulai, ke tempat tujuan, ke mana kegiatan pengangkutan diakhiri.¹²

C. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

- a. Apakah ada pengaruh iklan Go-Jek di televisi terhadap minat konsumen untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi?
- b. Seberapa berpengaruh iklan Go-Jek di Televisi terhadap minat konsumen untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi?

2. Batasan Masalah

Pembatasan masalah ditujukan agar ruang lingkup penelitian dapat lebih jelas dan terarah sehingga tidak mengaburkan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti membatasi masalah dalam beberapa hal yaitu sebagai berikut :

- a. Objek dalam penelitian ini yaitu pengaruh iklan Go-Jek terhadap minat konsumen untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi.
- b. Subjek atau konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu masyarakat dengan kategori dewasa yang ada di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Menurut Elizabeth B. Hurlock masa dewasa dimulai pada usia 18 tahun sampai kira-kira umur 40 tahun dimana perubahan fisik dan psikologis telah mencapai kematangannya.¹³

¹² M. Nur Nasution, *Manajemen Transportasi*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2004), h. 15

¹³ Elizabeth B. Hurlock, *Developmental Psychology A Life Span Approach*, (New York: Mc. Graw Hil Book, 1980), h. 266



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh iklan Go-Jek di televisi terhadap minat konsumen untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan terhadap suatu masalah sudah pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai, demikian pula dalam penelitian ini yang mempunyai tujuan sebagai berikut yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan Go-Jek di televisi terhadap minat konsumen untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara Akademis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau
- 2) Sebagai bahan referensi bagi yang berminat melakukan penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini
- 3) Persyaratan bagi tugas akhir untuk mendapatkan gelar S1 pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

b. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh iklan di televisi terhadap kehidupan masyarakat.

E. Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah terarah, penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan masing-masing bab. Untuk pengajuan proposal penulis membagi menjadi tiga bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-bab



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang merupakan penjelasan dari bab tersebut. Adapun susunan sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini pendahuluan terdiri dari Latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang teori, kajian terdahulu, defenisi konseptional variabel dan hipotesis.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Didalam bab ini tertera jenis pendekatan, lokasi, sumber data, informasi penelitian teknik pengumpulan data, validasi data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Gambaran umum lokasi penelitian di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran, kesimpulan diperoleh dari hasil penelitian berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian. Bab ini juga berisikan saran-saran penulis yang ditarik berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dan diharapkan akan dapat memberi sedikit masukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori

Teori merupakan tujuan utama ilmu, yaitu penjelasan gejala alam secara cermat sehingga kita dapat melakukan prediksi. Bila penjelasan ini telah diuji berkali-kali dan terbukti benar, penjelasan ini dinamakan teori. Karena itu, Kerlinger menyebutkan bahwa tujuan utama ilmu sebenarnya teori. "Teori adalah himpunan konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi di antara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut."¹⁴

1. Teori Uses And Gratification

Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan keputusan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan individu.

Esensi teori ini menjelaskan bahwa penonton, pendengar dan pembaca memilih dan menggunakan opsi berbagai media dan program untuk kepuasan mereka. Gambaran teori media ini berkaitan dengan khalayak aktif dan penuh perhatian ketika isi media menyampaikan sejumlah fungsi yang mereka percayai untuk sebuah nilai tambah atau sesuatu yang berharga.¹⁵

Pada pendekatan ini, khalayak dituntut aktif terhadap segala sesuatu yang diperolehnya, dan media hanya sebagai sarana khalayak tersebut untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Konsep dasar teori ini menurut pendirinya adalah meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media

¹⁴Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya. 2012), h. 6

¹⁵Elvinaro Ardianto, *Op.Cit*, h. 130.



massa atau sumber-sumber lain yang membawa pada pola media yang berlainan yang menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan.¹⁶

Jadi dari sumber yang berasal dari media tersebut apakah memberikan pengaruh terhadap khalayak yang mengonsumsinya, jika khalayak terpengaruhi oleh isi media tersebut maka media itu telah memberikan efek kepada khalayak yang menontonnya.

Asumsi dasar teori *Uses and Gratificatin*: (a) khalayak dianggap aktif; (b) dalam proses komunikasi, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak; (c) media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhan khalayak. Kebutuhan yang dipenuhi media lebih luas; (d) tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak; (e) penilaian tentang arti kultur dari media massa harus ditangguhkan sebelum terlebih dahulu meneliti orientasi khalayak.¹⁷

Berdasarkan uraian diatas mengenai teori Uses and Gratifications, peneliti menyimpulkan bahwa dimensi yang akan dijadikan indikator dari iklan yaitu:

a. Frekuensi

Frekuensi adalah ukuran jumlah putaran ulang per peristiwa dalam satuan waktu yang diberikan.

b. Durasi

Durasi yaitu waktu atau lamanya sesuatu hal atau sebuah peristiwa berlangsung, dimana dalam hal ini di kaitkan dengan lamanya penayangan suatu iklan di televisi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

¹⁶Kriyantono, *Manajemen Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prada Group, 2000), h. 204.

¹⁷Elvinaro Ardianto, *Op. Cit.*, h. 131.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Akses media

Akses media adalah kemampuan untuk mendapatkan manfaat dari suatu media atau hak untuk memperoleh informasi dari suatu media.

d. Orientasi media

Orientasi media yaitu untuk menentukan sikap (arah, tempat dan sebagainya) yang tepat dan benar. Orientasi yang dimaksud ialah tinjauan yang dianggap tepat pada suatu media.

e. Kawalan media

Kawalan adalah pemeriksaan dan pengendalian sesuatu terhadap suatu hal. Yaitu untuk memastikan sesuatu tersebut benar atau tidaknya terhadap suatu media yang dilihat agar dapat dipercaya.

2. Minat

a. Pengertian Minat

Dari mulainya penyampaian pesan dengan membangkitkan perhatian (*attention*) merupakan langkah awal suksesnya sebuah komunikasi pemasaran. Apabila perhatian komunikasi telah terbangkitkan, maka selanjutnya diikuti dengan upaya menumbuhkan minat (*interest*) yang merupakan lanjutan dari perhatian.

Menurut Slameto, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan di luar kita sendiri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, akan besar minat yang akan di pelajari.¹⁸

Menurut Dewa Ketut Sukardi, minat merupakan suatu kesukaan, gambaran atau kesenangan akan sesuatu. Didalam suatu inventori minat akan mengindenfikasikan preferensi anda terhadap orang, benda, atau aktivitas lainnya.¹⁹ Minat adalah hal yang sangat

¹⁸Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1995), h. 180

¹⁹Dewa Ketut Sukardi, *Bimbingan Karir Disekolah*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1994), h. 61



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penting dalam pengambilan pilihan terhadap suatu jabatan tertentu. Dalam suatu hal, mungkin akan merasa lebih puas dengan suatu pekerjaan jika aktivitas kerja anda adalah menarik di hati anda.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas yang menarik untuk terlibat dalam suatu aktivitas tersebut tanpa adanya paksaan dari pihak lain.

b. Unsur-Unsur Yang Membentuk Suatu Minat

Terbentuknya suatu minat menurut Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi terdiri dari :²⁰

1) Perhatian

Perhatian terjadi bila dikomunikasikan pada salah satu alat indera akan mengesampingkan perhatian melalui alat indera lain. Objek yang menjadi perhatian ditentukan oleh faktor-faktor interpersonal.

2) Keinginan

Keinginan merupakan salah satu dorongan positif yang mana dari dalam diri seseorang, daya ini mendorong manusia untuk bergerak mendekati obyek ataupun misi yang diinginkan.

3) Pesan Bermanfaat

Pesan harus disampaikan secara jelas menggunakan lambang-lambang yang dapat dimengerti bersama oleh komunikator dengan komunikasi agar menimbulkan kebutuhan dan minat serta memberikan pemecahan terhadap masalah yang sedang dikomunikasikan.

Dari penjelasan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa minat merupakan suatu kesadaran dari diri seseorang terhadap suatu

²⁰Rakhmat Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2008), h.53



obyek yang dilihatnya serta menarik perhatian untuk menggunakan dan memilikinya.

B. Kajian Terdahulu

Terdapat beberapa kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini antara lain yaitu :

1. Tirta Lestari, dengan judul “*Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevenia Terhadap Minat Beli Mahasiswa*”. (Konsentrasi Hubungan Masyarakat Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang, 2015). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel “Terpaan Iklan Televisi Elevenia” terhadap “Minat Beli Mahasiswa”. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori perbedaan individu, yakni teori yang menelaah perbedaan-perbedaan diantara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika mereka diterpa, sehingga menimbulkan efek tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan Eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 106 Mahasiswa. Setelah dilakukan penarikan sampel maka dengan rumus Yamane maka jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 51 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terpaan Iklan Televisi Elevenia menghasilkan nilai persentase sebesar 72,2%. Dari hasil uji analisis korelasi dapat dijelaskan bahwa hubungan antara variabel “Terpaan Iklan” dengan “Minat Beli” adalah sebesar 0,566. Hal ini menunjukkan bahwa “Terpaan Iklan” memiliki hubungan dengan kategori sedang terhadap “Minat Beli” Mahasiswa. Terdapat beberapa perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan, dilihat dari lokasi dan waktu penelitian, objek dan subjek yang diteliti, jumlah sampel dan rumus penarikan sampel yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel serta teori yang diteliti.²¹

²¹Tirta Lestari, *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevenia Terhadap Minat Beli Mahasiswa*, (Skripsi Konsentrasi Hubungan Masyarakat Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang, 2015)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Putri Aulia Nurbani, dengan judul “*Pengaruh Terpaan Iklan E-Commerce Bukalapak Ditelevisi Terhadap Perilaku Konsumtif Dikalangan Mahasiswa*”. (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Syarif Hidayatullah Jakarta). Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu, bagaimana pengaruh terpaan iklan *e-commerce Bukalapak* di televisi terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FEB UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, serta seberapa besar pengaruh terpaan iklan *e-commerce Bukalapak* di televisi terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FEB UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik atau klasik dengan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatif dan metode yang digunakan adalah survei. Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 180 orang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *Advertising Exposure* Rajeev Batra, John Mayer, David Aaker. Teori ini menyatakan bahwa apabila konsumen terkena terpaan iklan maka akan tercipta perasaan dan sikap tertentu terhadap merk yang kemudian akan menggerakkan konsumen untuk membeli produk. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapatnya pengaruh yang signifikan antara terpaan iklan *e-commerce Bukalapak* di televisi terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FEB UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan kata lain terpaan iklan dapat mempengaruhi pembelian impulsif, pemborosan, dan pembelian tidak rasional yang merupakan faktor perilaku konsumtif. Pengaruh yang ditemukan adalah sebesar 14,4%. Adapun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu lokasi dan waktu penelitian, teori, serta variabel terikatnya.²²

3. Ratna Sari, Jurnal “*Pengaruh Tayangan Iklan Royco di Televisi Terhadap Minat Beli Ibu-Ibu Rumah Tangga RT 02 Kelurahan Teluk Lerong Ulu*”.

²²Putri Aulia Nurbani, *Pengaruh Terpaan Iklan E-Commerce Bukalapak Ditelevisi Terhadap Perilaku Konsumtif Dikalangan Mahasiswa : Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*, (Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kecamatan Sungai Kunjang Samarinda” eJournal Ilmu Komunikasi, 2015, 2 (4) : 245-258. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei eksplanatif yang bersifat asosiatif yaitu menjelaskan hubungan (korelasi) antara pengaruh iklan Royco di televisi dan minat beli ibu-ibu rumah tangga. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan melakukan kegiatan survey menggunakan angket dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu ibu-ibu rumah tangga RT. 02 Kelurahan Teluk Lerong Ulu. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,685 dan sumbangan efektif sebesar 47%, yang artinya minat beli ibu-ibu rumah tangga dipengaruhi iklan Royco di televisi sebesar 47% dan sisanya sebesar 53% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Adapun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah objek dan subjek penelitian, sedangkan persamaannya adalah, pada penelitian milik Ratna Sari, media yang diteliti adalah media televisi, sehingga pada penelitian ini penulis lebih banyak mengutip beberapa konsep milik Ratna Sari untuk melengkapi hasil penelitian.²³

4. Ranu Burhanudin, Jurnal “*Pengaruh Iklan Traveloka di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi di Indonesia)*” e-*Proceeding of Management* : Vol. 4, No. 2 Agustus 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana iklan Traveloka pada calon konsumen Traveloka Indonesia, mengetahui bagaimana minat beli calon konsumen Traveloka pada jasa Traveloka, dan mengetahui seberapa besar pengaruh iklan yang dilakukan Traveloka melalui media televisi terhadap minat pembelian calon konsumen Traveloka di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dan tipe analisis yang digunakan adalah deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, korelasi dan regresi linear sederhana. Penelitian ini dilakukan dengan

²³Ratna Sari, “*Pengaruh Tayangan Iklan Royco di Televisi Terhadap Minat Beli Ibu-Ibu Rumah Tangga RT 02 Kelurahan Teluk Lerong Ulu Kecamatan Sungai Kunjang Samarinda*” eJournal Ilmu Komunikasi, 2015, 2 (4) : 245-258



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penyebarang kuesioner pada 400 responden. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa tanggapan responden terhadap iklan Traveloka di televisi memiliki persentase total yang tinggi sebesar 77,73% dan persentase keseluruhan minat beli sebesar 83,19%. Hasil keseluruhan mendukung bahwa iklan Traveloka di televisi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Adapun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah dalam penelitian ini terdapat 3 tujuan penelitian sedangkan penulis hanya mencantumkan 1 tujuan penelitian. Selain itu sampel dalam penelitian ini terlihat begitu banyak yakni berjumlah 400 responden sementara penulis hanya meneliti sebanyak 99 responden. Persamaannya yaitu dapat dilihat penelitian milik Ranu Burhanuddin juga membahas mengenai pengaruh iklan (X) terhadap minat konsumen (Y), sama dengan penelitian yang akan penulis lakukan, hanya saja objek penelitian milik Ranu adalah iklan Traveloka di televisi sedangkan penulis memfokuskan penelitian pada iklan Go-Jek di televisi.²⁴

5. Hardian Rizky Yuniyanto, Jurnal “Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Pengguna *Youtube* dengan *Brand Recogini* sebagai variabel *intervening*”, Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 8 (1) 2018. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh iklan terhadap minat beli pengguna *Youtube* dengan menggunakan *brand recognition* sebagai variabel *intervening*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 180 mahasiswa USKW yang melihat iklan produk *Nike* di *Youtube*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur. Hasil penelitian meunjukkan bahwa iklan televisi berpengaruh positif signifikan terhadap *brand recognitionn*, *brand recognition* berpengaruh signifikan terhadap minat beli, dan *brand image recognition* tidak mammpu berfungsi sebagai variabel *intervening* dalam hubungan antara iklan dan minat beli. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu dilihat dari objek penelitian serta

²⁴Ranu Burhanudin, “Pengaruh Iklan Traveloka di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi di Indonesia)” e-Proceeding of Management : Vol. 4, No. 2 Agustus 2017



teknik analisis yang digunakan. Pada penelitian ini Hardian Rizky meneliti tentang iklan yang ditayangkan oleh *Youtube*, dan sampel yang diteliti adalah pengguna youtube, sedangkan penulis meneliti tentang iklan Go-Jek di Televisi dan sampel yang penulis angkat yaitu masyarakat di Kota Pekanbaru. Pada penelitian ini juga teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur sedangkan penulis menggunakan analisis regresi linear sederhana, sehingga hasil penelitian akan tampak berbeda. Persamaannya yaitu memiliki tujuan yang sama untuk mengetahui besaran pengaruh iklan terhadap minat beli konsumen.²⁵

C. Definisi Konsep dan Operasional Variabel

Konsep adalah penggambaran secara tepat fenomena yang hendak diteliti yakni istilah dan defenisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Dalam pengertian ilmiah, konsep harus memiliki kriteria yang tepat dalam menjelaskan variabel penelitian.²⁶

Menurut Sugiyono,²⁷ pengertian Operasional Variabel adalah: “segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi hal tersebut kemudian ditarik kesimpulan”.

Agar penulisan ini lebih terarah dan dapat dilaksanakan dilapangan melalui metode yang ada dan nantinya bisa dijadikan tolak ukur dalam penelitian. Penulis menindak lanjutkan definisi konsep operasional yang jelas dan spesifik untuk mempermudah pembaca dalam memahami dan mengkaji penelitian ini. Adapun konsep operasional variabel dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

²⁵Hardian Rizky Yuniyanto, “Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Pengguna Youtube dengan Brand Recogini sebagai variabel intervening”, Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 8 (1) 2018

²⁶Rachmat Kriyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : Kencana, 2006), h. 58

²⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 38



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Variabel Independent (X)

Variabel independent atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan/timbulnya variabel terikat (*dependent*). Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah Iklan. Untuk mengetahui pengaruh dari iklan dapat diukur melalui beberapa indikator yakni : Frekuensi, durasi, akses media, orientasi media, dan kawalan media.

2. Variabel Dependent (Y)

Variabel *dependent* Merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel *independent*. Variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah Minat. Minat konsumen memiliki indikator yakni : perhatian, keinginan dan pesan bermanfaat.

Tabel 2.1

Konsep Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Instrumen
Iklan Go-jek (X)	1. Frekuensi	1. Tingkat keseringan menonton iklan Go-Jek 2. Iklan Go-Jek lebih sering tampil di televisi daripada iklan lainnya
	2. Durasi	1. Mengetahui berapa lama waktu penayangan iklan 2. Penayangan iklan tidak menyita waktu 3. Menyaksikan iklan sampai selesai
	3. Akses media	1. Mengetahui Go-jek dari iklan di televisi 2. Mengetahui Go-jek dari iklan di media lain
	4. Orientasi media	1. Iklan Go-jek di televisi lebih menarik di banding media lain 2. Iklan Go-jek di televisi lebih mudah dipahami
	5. Kawalan media	1. Mencari tahu lebih jauh tentang Go-jek 2. Mencari kebenaran iklan Go-jek



Minat Konsumen (Y)	1. Perhatian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan iklan Go-Jek yang ditayangkan di televisi dengan seksama 2. Memperhatikan jasa yang ditawarkan Go-Jek di dalam Iklan 3. Memperhatikan keunggulan Go-Jek melalui iklan yang ditayangkan di televisi 4. Memperhatikan penyampaian pesan dalam iklan Go-Jek yang ditayangkan di televisi
	2. Keinginan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingin menggunakan Go-Jek setelah melihat iklan yang ditayangkan 2. Ingin menggunakan Go-Jek karena tidak memiliki kendaraan 3. Menggunakan Go-Jek untuk menghindari macet
	3. Pesan bermanfaat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Go-Jek dapat meningkatkan hubungan sosial antara masyarakat 2. Go-Jek menjadi salah satu alternative untuk mempermudah transportasi 3. Go-Jek dapat membantu melancarkan aktivitas

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap rumusan masalah. Hipotesis adalah pendapat yang kurang, maksudnya bahwa hipotesis ini merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji lebih dulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal.²⁸ Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara “Iklan Go-Jek” di televisi terhadap “Minat Konsumen” untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru.

²⁸Rachmat Kriyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : Kencana, 2006), h. 28

H0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara “Iklan Go-Jek” di televisi terhadap “Minat Konsumen” untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Melihat dari tujuan permasalahan yang diteliti yaitu untuk mengetahui untuk mengetahui apakah ada pengaruh iklan Go-Jek di televisi terhadap minat konsumen untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru, maka bentuk penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif kuantitatif.

Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Periset lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi⁷⁰. Sedangkan jenis pendekatan yang digunakan adalah jenis deskriptif yaitu periset menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua (lebih) konsep variabel yang akan diteliti. metode yang digunakan adalah metode *survey*, yaitu metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Sementara waktu penelitian dimulai pada bulan Mei tahun 2019 – Oktober 2019.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang diriset. Kumpulan objek riset bisa berupa orang, organisasi, kata-kata dan kalimat,

⁷⁰Rachmat Kriyantono, *Tekhnis Praktis: Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 55



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

simbol-simbol nonverbal, surat kabar, radio, televisi, iklan, dan lainnya.⁷¹ Populasi dalam penelitian ini yaitu Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru yang berjumlah 8.304 orang.⁷²

2. Sampel

Sample adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati.⁷³ Sampel adalah subkelompok atau bagian dari populasi. Dengan demikian, dengan mempelajari sampel peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat direalisasi terhadap (atau dapat mewakili) populasi penelitian.⁷⁴

Untuk memudahkan periset, jika jumlah populasi diketahui maka untuk menentukan ukuran sampel yang cukup besar dari suatu populasi maka digunakan rumus *Slovin*. Rumusnya adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n = ukuran sampel
 N = ukuran populasi
 e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang akan ditolerir, 10%, kemudian e ini dikuadratkan.

⁷¹Ibid, h. 153

⁷²Dokumen Kelurahan Simpang Baru 2017

⁷³Rachmat Kriyantono, *Tekhnis Praktis: Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 153

⁷⁴Haryadi Sarjono, *SPPS VS LISREL Sebuah Pengantar Publikasi Untuk Riset*, (Salemba Empat), h. 21.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{8.304}{1 + \{8.304 (0,1)^2\}}$$

$$n = \frac{8.304}{1 + \{8.304 (0,01)\}}$$

$$n = \frac{8.304}{1 + 83,04}$$

$$n = \frac{8.304}{84,04}$$

$n = 98,8$ dibulatkan menjadi 99 responden

Dari pengukuran di atas diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 99 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan penelitian. Dimana kriteria yang dimaksud adalah Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru yang pernah menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi dan menonton iklan Go-Jek di Televisi. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sebagai sampel. Penelitian ini akan dilakukan sampai responden yang ditemukan dilapangan mencapai angka yang telah diperoleh menggunakan rumus *Slovin* di atas.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Disebut juga angket. Kuesioner bisa dikirim melalui pos atau periset mendatangi secara langsung responden⁷⁵. Survey adalah metode

⁷⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, Tahun 2012), h. 97



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk pengumpul datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam survei proses pengumpulan data dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrumen pertama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik⁷⁶. Angket yang peneliti gunakan yaitu angket terbuka, yang mana pertanyaan-pertanyaan diformulasikan sedemikian rupa sehingga responden mempunyai kebebasan untuk menjawab tanpa adanya alternatif jawaban yang diberikan oleh periset.⁷⁷

2. Dokumentasi

Yaitu penulis mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip. Dokumentasi ialah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis yang ada dalam bentuk surat, catatan harian, dan laporan ataupun dokumen foto, CD dan hardisk/film. Dalam penelitian ini dokumentasi berupa data mengenai gambaran umum lokasi penelitian peneliti peroleh dari Kantor Camat Tampan Kota Pekanbaru. Sedangkan dokumentasi berupa foto saat melaksanakan penelitian diambil di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru.

E. Uji Validitas

1. Uji Validitas Data

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel. Kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis 0,30. Pengukuran dikatakan valid jika nilai corelation berada di atas nilai kritis 0,30.⁷⁸

⁷⁶*Ibid*, h. 39

⁷⁷Rachmat Kriyantono, *Op.Cit.*, h. 97

⁷⁸Sugiyono, *Op.Cit.*, h. 178



2. Uji Reliabilitas Data

Uji reabilitas adalah untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Untuk uji reabilitas digunakan Teknik Alpha Cronbach, dimana suatu instrument dapat dikatakan handal (reliable) bila memiliki koefisien keandalan atau Alpha sebesar 0,60 atau lebih.⁷⁹

F. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono, menyebutkan bahwa teknik analisis data pada penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Dalam penelitian ini analisis data akan menggunakan teknik statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan mendeskripsikan atau menggunakan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.⁸⁰ Analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka dan perhitungannya menggunakan metode standar yang dibantu dengan aplikasi *Statistical Package Sosial Sciences* (SPSS) Versi 24.

Teknik analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu regresli linear sederhana. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

⁷⁹Riduan, *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula* (Bandung: Alfabeta, 2004), h. 71-95

⁸⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 147-148



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan : Y = Variabel yang diramalkan (dependent variabel)

X = variabel yang diketahui (independent variabel)

a = Besarnya nilai Y pada saat nilai X = 0

b = Besarnya perubahan nilai Y apabila X bertambah satu satuan.

G. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap rumusan masalah. Hipotesis adalah pendapat yang kurang, maksudnya bahwa hipotesis ini merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji lebih dulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal.⁸¹

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu H_a (Terdapat pengaruh yang signifikan antara “Iklan Go-Jek” di televisi terhadap “Minat Konsumen” untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru), H_0 (Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara “Iklan Go-Jek” di televisi terhadap “Minat Konsumen” untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru). Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji T_{hitung} dan koefisien determinasi.

1. Uji T_{hitung}

Digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (pervariabel) terhadap variabel tergangungnya. Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel tergangungnya atau tidak.

Kriteria pengujian:

- a. Jika nilai $t \geq t_{tabel}$ atau $p \text{ value} < \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan kata lain variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai $t \leq t_{tabel}$ atau $p \text{ value} > \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak dengan kata lain variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

⁸¹Rachmat Kriyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : Kencana, 2006), h. 28



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Koefisien Determinasi

Menurut Santoso dan Ashari, Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁸² Adapun interpretasi nilai koefisien determinasi tersebut yakni sebagai berikut :

Tabel 3.1
Interprestasi Nilai r

Nilai korelasi	Keterangan
0	Tidak Ada Pengaruh
0.00-0.199	Pengaruh Sangat Rendah
0.20-0.399	Pengaruh Rendah
0.40-0.599	Pengaruh Sedang
0.60-0.799	Pengaruh Kuat
0.80-1.000	Pengaruh Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2012:260)

⁸²Budi Purbayu Santosa dan Ashari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), h. 125



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Profil Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru

Kelurahan Simpang Baru merupakan hasil dari pemekaran wilayah kabupaten dan kota yang pada awalnya berstatus desa simpang baru kecamatan tampan, pada tahun 1997 barulah berubah status menjadi kelurahan simpang baru daerah tingkat II Kota Pekanbaru. Kelurahan Simpang Baru terletak dipinggir Kota Pekanbaru yang memiliki jumlah penduduk cukup banyak karena dikelilingi oleh pusat kegiatan masyarakat salah satunya pendidikan Universitas Riau dan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, dengan luas wilayah kelurahan Simpang Baru adalah 23,59 km.

Berdasarkan Perda No.4 Tahun 2016 Kelurahan Simpang Baru berbatasan dengan berbagai wilayah yaitu :

1. Sebelah Timur berbatasan dengan Kel. Tobek Gadang
2. Sebelah Barat berbatasan dengan Kel. Air Putih
3. Sebelah Utara berbatasan dengan Kel. Binawidya
4. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kel. Tuah Karya

Jadi 4 (empat) desa inilah batas wilayah Kelurahan Simpang baru berdasarkan Perda No.4 Tahun 2016 diatas.⁸³

Dalam memajukan program kegiatan wilayah Kelurahan Simpang Baru maka dibentuklah visi dan misi sebagai dasar kegiatan yang akan dilakukan, adapun visi dan misi Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut:

VISI

Terwujudnya Kelurahan Simpang Baru sebagai pusat pendidikan yang berlandaskan iman dan taqwa. Terwujudnya Kelurahan Simpang Baru sebagai pusat perekonomian yang berbasis kerakyatan.

⁸³ Dokumen Kelurahan Simpang Baru 2017



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

MISI

Memberikan akses pelayanan yang seluas-luasnya kepada masyarakat dalam mewujudkan pemerintahan yang bersih dan berwibawa.⁸⁴

B. Data Statistik Kelurahan Simpang Baru

Dilihat dari keadaan penduduk di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, dimana kelurahan ini terdapat 8.304 jiwa. Untuk lebih jelas dapat diperhatikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.1

Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

NO	Penduduk	Jumlah
1	Laki-laki	4125
2	Perempuan	4179
TOTAL		8304

Hasil tabel diatas merupakan hasil dari data jumlah penduduk di Kelurahan Simpang Baru pada tahun 2017, selain jumlah penduduk dalam Kelurahan Simpang Baru terdapat jumlah Rukun Warga sebanyak 10 dan Rukun Tetangga sebanyak 85 dengan jumlah penduduk yang memiliki Kartu Keluarga sebanyak 2158.⁸⁵

C. Program Kelurahan Simpang Baru

Dalam memajukan kesejahteraan masyarakat Kelurahan Simpang Baru membuat program kegiatan yang dapat meningkatkan partisipasi dan inovasi dilingkungan masyarakat. Adapun beberapa program kegiatan yang dilakukan oleh Kelurahan Simpang Baru yaitu :

1. Program E-Warga

Program kegiatan E-warga merupakan bentuk kegiatan yang melayani masyarakat dengan bantuan basis internet.

⁸⁴ Dokumen Kelurahan Simpang Baru 2017

⁸⁵ *Ibid*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kelompok Sadar (POKDAR) Kantibmas
Merupakan program kegiatan yang membentuk sebuah kelompok untuk menangani bencana alam secara darurat dan juga menjaga lingkungan dari segala keributan.
3. Bank Sampah
Merupakan program kegiatan yang mencoba menyimpan barang-barang yang dapat diperbaiki dan digunakan, barang-barang ini memiliki kriterianya seperti AC rusak, botol kemasan, kertas koran, besi dan lain-lainnya.⁸⁶

Selain dari program kegiatan Kelurahan Simpang Baru telah memiliki beberapa prestasi yang telah diraih, adapun prestasi sebagai berikut :

1. Bidang Kebersihan Tahun 2013
2. Juara Umum Lomba Lingkungan Bersih Dan Sehat Sekota Pekanbaru
3. Tahun 2014 Juara Harapan Iii Lomba Kebersiha, Keindahan, Dan Ketertiban Tk. Kota Pekanbaru
4. Juara Umum Mtq Tingkat Kec. Tampan 4 Kali Berturut Turut
5. Juara Harapan Ii Hut Ke-17 Dwp Tahun 2016
6. Juara Umum Festival Seni Kasidah Se-Kecamatan Tampan⁸⁷

⁸⁶ *Ibid*

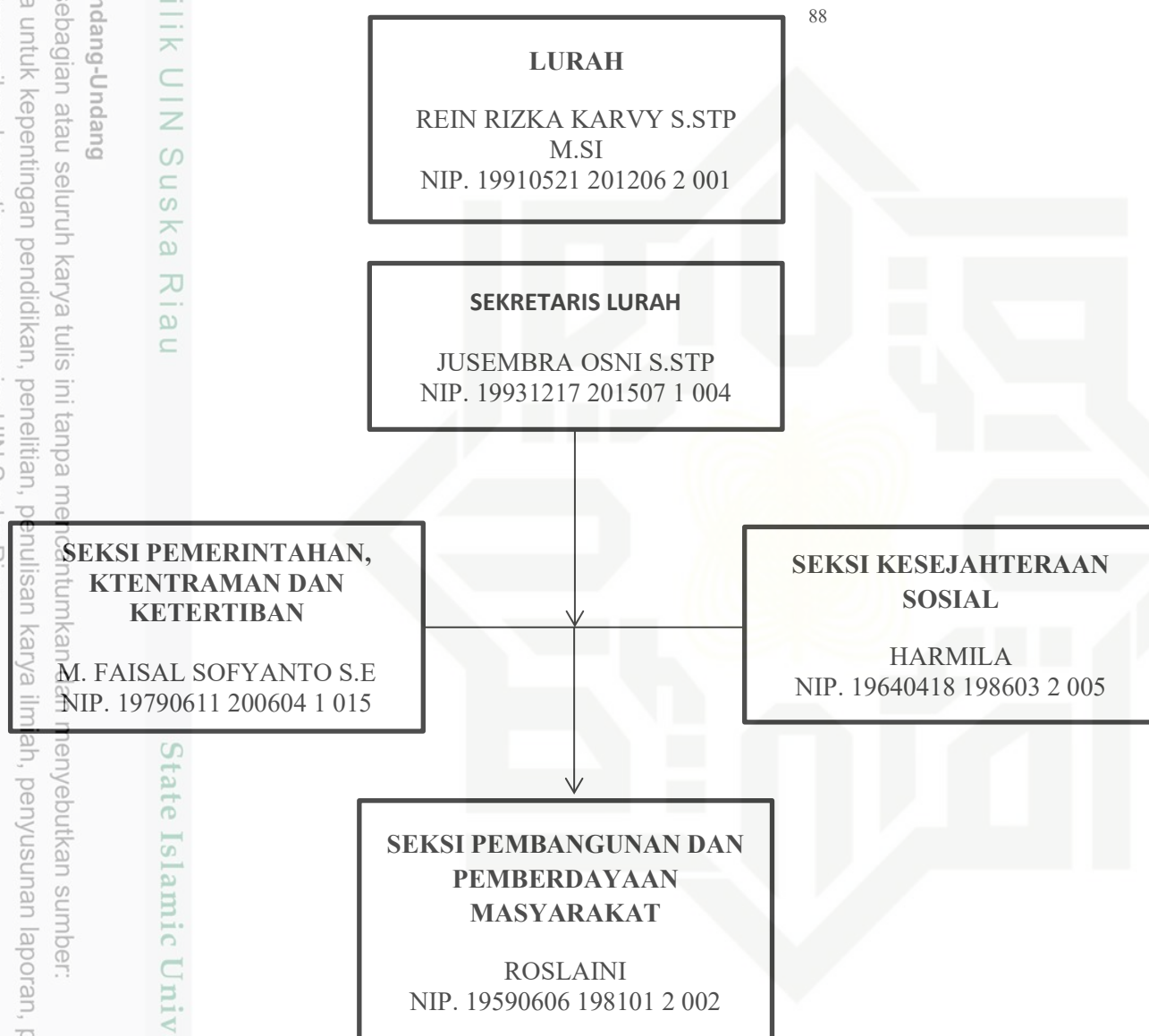
⁸⁷ *Ibid*



D. Struktur Kelurahan Simpang Baru

Gambar. 4.1

Struktur Organisasi Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pengaruh iklan Go-Jek di televisi bukan merupakan faktor dominan, tetapi cukup untuk mempengaruhi konsumen dalam menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi. Hasil perhitungan persentase pengaruh yang muncul pada pengujian yang telah dilakukan antara variabel terpaan iklan terhadap minat konsumen adalah sebesar 50,4%. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan koefisien penentu (determinasi).

Berdasarkan hasil penelitian, adanya iklan Go-Jek yang ditayangkan di televisi mampu mempengaruhi seseorang dalam berbagai hal dari yang tidak memiliki kendaraan pribadi hingga yang menjadikan Go-Jek sebagai alternative untuk mempermudah transportasi, melancarkan aktivitas dan menghindari kemacetan. Sebagian kecil masyarakat Kota Pekanbaru menggunakan Go-Jek setelah melihat informasi yang ditayangkan oleh televisi, dengan kata lain iklan Go-Jek yang kerap tayang di media Televisi memberikan kontribusi positif terhadap minat konsumen untuk menggunakan Go-Jek sebagai sarana transportasi di Kota Pekanbaru.

B. Saran

Beberapa pertimbangan mendasar yang dapat peneliti ajukan sebagai saran-saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih sempurna, peneliti lain disarankan dapat mengukur minat konsumen dari konsep-konsep lainnya.
2. Kepada perusahaan Go-Jek disarankan lebih giat dan berinovasi lagi untuk menciptakan iklan yang menarik dimata konsumen. Sebab dari hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh yang dihasilkan dari iklan-iklan Go-jek yang ditayangkan ditelevisi *relative* sedang atau terlalu standar untuk mempengaruhi minat konsumen.

3. Bagi perusahaan, diharapkan tetap mempertahankan kinerja dan citra perusahaan sebagai penyedia jasa transportasi yang memberikan keamanan untuk konsumen. Selain itu perusahaan juga perlu mengembangkan pendekatan terhadap masyarakat serta menciptakan fasilitas khusus untuk memanjakan konsumen.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Sempoa Rekatama Media. 2007
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. 2010
- _____. *Komunikasi Politik : Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada. 2014
- Danandjaja, *Peranan Humas Dalam Perusahaan*. Yogyakarta : Graha Ilmu. 2011
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2004
- _____. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Adya Bakti. 2000
- _____. *Kamus Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Adyabakti. 1989
- Indrajaya, Richie. *Manajemen Periklanan*. Jakarta : Grafiti. 1992
- Jalaludin, Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2008
- Jefkins, Frank. *Periklanan*. Jakarta : Erlangga. 1997
- Khasali, Rhenaldi. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti. 1992
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 2*. Jakarta : PT. Indeks. 2007
- _____. *Manajemen Pemasaran Jilid I, Edisi ke 13*. Jakarta : Erlangga. 2009
- Kotler, Philip dan Alan R. Andreasen. *Strategic Marketing For Nonprofit Organizations*. Jakarta : PT. Salemba Empat Patria. 1991
- Kriyantono, Rachmat. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana. 2006
- Liliweri, Alo. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti. 1992
- Madjadikara, Agus S. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta : Gm. 2004
- McQuail, Dennis dan Sven Windahl. *Communications Medels : For The Study Communication, 2nd edition*. Newyork : Longman Inc. 1993
- Muhammad, Arni. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. 2002

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Monle Lee & Carla Johnson. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta : Kencana Prenada Media. 2011

Morissan. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta : PT Prenada Media Group. 1997

_____. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2010

Muhibbin, Syah. *Psikologi Belajar*. Jakarta : Raja Grafindo Persada. 2005

Nasution, Nur. *Manajemen Transportasi*. Jakarta : Ghalia Indonesia. 2004

Pariwara, Etika Pariwara. *Dewan Periklanan Indonesia*. Jakarta : Juli, 2005

Riduan. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta. 2004

Santosa, Sigit. *Creative Advertising*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo. 2009

_____, Budi Purbayu dan Ashari. *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta : Andi Offset. 2005

Sarjono, Haryadi. *SPPS VS LISREL Sebuah Pengantar Publikasi Untuk Riset Salemba Empat*

Shimp, Terence A. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi ke-5 Jilid ke-1*. Jakarta : Erlangga. 2003

Slameto. *Belajar Dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta : Rineka Cipta. 1995

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta. 2010

_____. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta. 2012

Sukardi, Dewa Ketut. *Bimbingan Karir Disekolah*. Jakarta : Ghalia Indonesia. 1994

Sutisna. *Perilaku Konsumen dan komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2001

Wells, William, John Burnet & Sandra Moriarty. *Advertising Principles And Practice, Five Edition*. New Jersey : Prentice-Hall International. 2000

William L. Rivers. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2008

Skripsi dan Jurnal :

Lestari, Tirta. Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevenia Terhadap Minat Beli Mahasiswa. Skripsi Konsentrasi Hubungan Masyarakat Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang. 2015



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nurbani, Putri Aulia. *Pengaruh Terpaan Iklan E-Commerce Bukalapak Ditelevisi Terhadap Perilaku Konsumtif Dikalangan Mahasiswa : Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2016

Rumimpunu, Marlanny. *Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program Lisrik Pintar PT. PLN (PERSERO) Wilayah Suluttenggo di Ranotana* (Jurnal Ilmu Komunikasi Volume III. No.1. 2014

Yushanafi Mursid N, "Perbedaan Minat dan Prestasi Belajar Siswa Pada Mata Diklat Mengoperasikan Sistem Pengendalian Elektronik Dengan Menggunakan *Softwere* Tutorial PLC Siswa Kelas XI SMK Negeri 2 Pengasih", *Jurnal Skripsi* 2012

Widiyatmoko, Hartono. *Minat Mahasiswa Prodi PJKR FIK UNY Terhadap Olahraga Sepakbola*. Skripsi Tahun 2010, Yogyakarta : FIK UNY

Internet :

Adityaromantika, <http://adityaromantika.blogspot.co.id/2010/12/minat.html>
(Diakses Pada Tanggal 3 Mei 2018 Pukul 20.00 WIB)

Rachmad Faisal Harahap,
<https://economy.okezone.com/read/2015/06/18/320/1167321/tanpa-iklan-go-jek-terkenal-karena-kreatif> (Diakses Pada Tanggal 30 Maret 2018 Pukul 21.00 WIB)

Yoga, Hastyadi Widiartanto,
<https://tekno.kompas.com/read/2017/09/09/14300037/go-jek-masuk-daftar-perusahaan-yang-mengubah-dunia>, (Diakses Pada Tanggal 30 Maret 2018 Pukul 21.00 WIB)



KUESIONER

Pengaruh Terpaan Iklan Go-Jek di Televisi Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru

Petunjuk Angket 1 :

1. Bacalah pernyataan serta pilihan jawaban yang telah dilaksanakan terlebih dahulu secara teliti.
2. Kemudian beri tanda (X) pada jawaban sesuai dengan pendapat anda.

A. Identitas responden

1. Jenis Kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Umur
 - a. 17-22 Tahun
 - b. 23-27 Tahun
 - c. 28-33 Tahun
 - d. >33 Tahun
3. Pekerjaan
 - a. PNS
 - b. Swasta
 - c. Pedagang
 - d. Petani
 - e. Buruh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Petunjuk Pengisian II

Bacalah pernyataan serta pilihan jawaban yang telah dilaksanakan terlebih dahulu secara teliti. Kemudian beri tanda (√) pada salah satu kolom jawaban.

Pilih :

SS : Apabila saudara **sangat setuju** dengan pernyataan tersebut.

S : Apabila saudara **setuju** dengan pernyataan tersebut.

KS : Apabila saudara **kurang setuju** dengan pernyataan tersebut.

TS : Apabila saudara **tidak setuju** pernyataan tersebut.

STS : Apabila saudara **sangat tidak setuju** dengan pernyataan tersebut.

A. Terpaan Iklan (X)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Frekuensi						
1	Saya sering menonton iklan Go-Jek di Televisi					
2	Iklan Go-Jek ditelvisi lebih sering ditampilkan daripada iklan lainnya					
Durasi						
1	Saya mengetahui berapa lama waktu penayangan iklan					
2	Penayangan iklan tidak menyita waktu					
3	Saya menyaksikan iklan sampai selesai					
Akses Media						
1	Saya mengetahui Go-Jek dari iklan di televisi					
2	Saya mengetahui Go-Jek dari iklan di media lain					
Orientasi Media						
1	Iklan Go-Jek di Televisi lebih menarik dibanding media lain					
2	Iklan Go-Jek di Televisi lebih mudah dipahami					
Kawalan Media						
1	Saya mencari tahu lebih jauh tentang Go-Jek					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2	Saya mencari kebenaran iklan Go-Jek					
---	-------------------------------------	--	--	--	--	--

B. Minat Konsumen (Y)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Perhatian						
1	Saya memperhatikan iklan Go-Jek yang ditayangkan di Televisi dengan seksama					
2	Saya memperhatikan jasa yang ditawarkan Go-Jek di dalam iklan					
3	Saya memperhatikan keunggulan Go-Jek melalui iklan yang ditayangkan di televisi					
4	Saya memperhatikan penyampaian pesan dalam iklan Go-Jek yang ditayangkan di televisi					
Keinginan						
1	Saya ingin menggunakan Go-Jek setelah melihat iklan yang ditayangkan					
2	Saya ingin menggunakan Go-Jek karena tidak memiliki kendaraan					
3	Saya menggunakan Go-Jek untuk menghindari macet					
Pesan Bermanfaat						
1	Go-jek dapat meningkatkan hubungan sosial antara masyarakat					
2	Go-jek menjadi salah satu alternative untuk mempermudah transportasi					
3	Go-jek dapat membantu melancarkan aktivitas					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN DOKUMENTASI PENELITIAN



Kantor Lurah Simpang Baru Jl. HR. Soebrantas Panam,
Pekanbaru, Riau



Penyebaran Kuesioner Kepada Masyarakat
di Kelurahan Simpang Baru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Penyebaran Kuesioner Kepada Masyarakat di Kelurahan Simpang Baru



Penyebaran Kuesioner Kepada Masyarakat di Kelurahan Simpang Baru



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Penyebaran Kuesioner Kepada Masyarakat di Kelurahan Simpang Baru



Penyebaran Kuesioner Kepada Masyarakat di Kelurahan Simpang Baru



LAMPIRAN

DATA HASIL PENELITIAN
VARIABEL X

Sampel	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	TOTAL
1	2	3	2	2	4	2	4	4	2	4	2	31
2	3	3	2	2	3	4	4	4	3	4	2	34
3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	38
4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	37
5	3	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	37
6	4	2	3	2	5	4	3	2	2	2	2	31
7	4	2	4	4	2	4	4	3	4	3	4	38
8	5	2	4	4	4	5	4	4	3	4	4	43
9	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4	33
10	5	3	5	5	5	5	5	4	3	4	4	48
11	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	40
12	4	2	4	2	4	4	2	4	2	4	4	36
13	3	2	4	4	2	4	3	3	3	3	3	34
14	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	37
15	5	2	4	3	4	5	4	4	3	4	4	42
16	5	2	3	4	2	5	3	3	3	3	3	36
17	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	41
18	5	3	3	4	4	5	3	5	3	3	3	41
19	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	39
20	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	42
21	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	39
22	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	42
23	4	2	3	4	4	4	3	2	2	2	2	32
24	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	37
25	4	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	39
26	3	3	2	5	5	4	2	4	3	4	4	39
27	3	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	43
28	3	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	49
29	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3	5	45
30	2	2	2	5	5	2	2	2	1	2	2	27
31	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	48

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



32	3	4	3	5	5	3	4	4	5	4	4	44
33	4	3	4	5	5	4	4	3	5	3	3	43
34	3	3	5	4	4	3	5	3	2	3	3	38
35	2	3	5	4	4	2	5	3	1	3	3	35
36	4	2	3	4	4	4	3	2	1	2	2	31
37	3	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	49
38	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	51
39	3	3	3	4	4	3	3	3	1	3	3	33
40	4	2	3	4	4	4	3	2	1	2	2	31
41	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	34
42	3	2	2	4	4	3	2	2	1	2	2	27
43	4	3	5	4	4	4	5	3	4	3	3	42
44	3	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	45
45	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
46	3	3	3	4	4	3	3	2	1	2	2	30
47	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	34
48	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	38
49	5	2	5	5	5	5	5	2	1	2	2	39
50	4	3	4	5	5	4	4	3	3	3	3	41
51	4	2	3	5	5	4	3	3	2	3	3	37
52	3	2	4	5	5	3	4	5	2	5	5	43
53	3	3	3	4	4	3	3	5	3	5	5	41
54	2	5	3	4	4	2	3	5	3	5	5	41
55	2	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	34
56	2	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	34
57	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	38
58	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	35
59	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	36
60	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
61	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	47
62	4	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	39
63	5	3	3	4	4	5	3	3	1	3	3	37
64	5	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	44
65	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	45
66	5	3	5	4	4	5	5	4	2	4	4	45
67	4	5	3	4	4	4	3	5	4	5	5	46
68	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	42
69	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	42

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



70	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	39
71	4	2	3	4	4	4	3	2	3	2	2	33
72	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	41
73	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	43
74	5	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	39
75	4	3	3	4	4	4	3	3	1	3	3	35
76	3	4	2	4	4	3	2	4	2	4	4	36
77	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	41
78	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	35
79	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	39
80	2	4	4	5	5	2	4	4	4	4	4	42
81	3	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	28
82	3	1	3	4	4	3	3	1	3	1	1	27
83	3	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	28
84	4	3	2	4	4	4	2	3	3	3	3	35
85	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	45
86	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	39
87	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	37
88	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	44
89	5	1	3	5	5	5	3	1	4	1	1	34
90	3	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	28
91	3	2	3	4	4	3	3	2	2	2	2	30
92	5	3	4	4	4	5	4	3	2	3	3	40
93	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	4	44
94	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	37
95	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	50
96	3	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	49
97	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	51
98	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	34
99	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	46

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

VARIABEL Y

Sampel	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
1	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	29
2	2	3	2	3	2	3	4	3	4	3	29
3	2	2	4	4	2	3	2	4	4	3	30
4	2	2	3	3	2	2	3	5	2	2	26



5	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	25
6	2	4	2	3	4	4	2	3	3	3	30
7	3	4	3	3	3	3	2	2	1	4	28
8	3	1	1	4	3	4	5	4	4	5	34
9	3	3	2	4	3	2	5	3	3	1	29
10	2	2	2	5	3	5	5	5	2	4	35
11	2	3	3	2	3	3	4	1	2	4	27
12	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	30
13	3	2	3	5	3	5	5	4	2	4	36
14	2	3	3	2	3	2	5	3	3	3	29
15	2	3	3	5	2	3	3	3	2	2	28
16	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	31
17	4	4	2	3	4	4	2	4	2	5	34
18	3	3	1	3	3	3	4	4	2	4	30
19	2	3	2	2	3	4	4	4	4	4	32
20	4	2	3	2	3	4	4	4	5	4	35
21	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	34
22	5	3	3	3	3	5	4	5	4	4	39
23	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	32
24	3	4	4	2	4	3	3	4	3	3	33
25	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	33
26	2	2	2	2	2	2	4	5	4	4	29
27	2	4	4	2	4	2	3	5	4	4	34
28	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
29	1	5	5	1	5	1	3	4	3	4	32
30	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	23
31	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	34
32	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	33
33	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	38
34	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	33
35	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	25
36	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	27
37	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	47
38	5	2	2	5	4	5	5	5	5	5	43
39	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	28
40	1	1	1	1	1	1	3	5	4	5	23
41	3	2	2	3	2	3	4	4	4	3	30
42	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	27

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





43	4	3	3	4	3	4	4	4	5	5	39
44	4	3	3	4	3	4	4	4	5	5	39
45	5	3	3	5	3	5	5	4	4	4	41
46	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	27
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
48	2	4	4	2	4	2	3	3	3	2	29
49	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	36
50	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	32
51	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	34
52	5	1	3	5	1	5	5	4	5	4	38
53	4	2	2	4	2	4	5	4	4	4	35
54	3	2	2	3	2	2	2	5	2	4	27
55	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	30
56	4	3	3	4	3	3	3	3	3	5	34
57	4	3	3	4	3	3	3	2	5	5	35
58	2	2	2	2	2	2	3	5	5	3	28
59	5	3	3	5	3	5	3	4	3	4	38
60	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	41
61	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
62	4	4	3	4	4	4	3	2	4	5	37
63	2	5	3	2	5	2	3	2	3	4	31
64	4	4	3	4	4	4	3	2	4	5	37
65	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	40
66	3	5	5	3	5	3	2	2	3	3	34
67	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	37
68	4	4	4	4	4	4	1	3	4	3	35
69	2	2	2	2	2	2	4	5	5	5	31
70	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	34
71	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	28
72	3	3	3	3	3	3	3	2	4	5	32
73	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
74	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
75	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	32
76	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	32
77	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	32
78	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
79	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	41
80	4	1	1	4	1	4	4	4	4	4	31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

81	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	24
82	2	2	2	2	2	2	3	2	3	4	24
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	32
84	3	3	3	3	3	3	2	4	4	5	33
85	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	34
86	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
87	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	33
88	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	39
89	4	3	3	4	3	4	4	3	3	5	36
90	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	26
91	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	26
92	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	30
93	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	32
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
95	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
96	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	34
97	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	44
98	4	1	1	3	1	4	4	3	3	3	27
99	4	2	2	4	2	4	5	4	5	5	37

OUTPUT SPSS

FREKUENSI VARIABEL X

		P1			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	tidak sering	8	8,1	8,1	8,1
	kurang sering	37	37,4	37,4	45,5
	sering	37	37,4	37,4	82,8
	sangat sering	17	17,2	17,2	100,0
Total		99	100,0	100,0	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	tidak setuju	25	25,3	25,3	27,3
	kurang setuju	45	45,5	45,5	72,7
	setuju	17	17,2	17,2	89,9
	sangat setuju	10	10,1	10,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	10	10,1	10,1	10,1
	kurang setuju	46	46,5	46,5	56,6
	setuju	30	30,3	30,3	86,9
	sangat setuju	13	13,1	13,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	5	5,1	5,1	5,1
	kurang setuju	3	3,0	3,0	8,1
	setuju	72	72,7	72,7	80,8
	sangat setuju	19	19,2	19,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	4	4,0	4,0	4,0
	kurang setuju	2	2,0	2,0	6,1
	setuju	73	73,7	73,7	79,8



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sangat setuju	20	20,2	20,2	100,0
Total	99	100,0	100,0	

P6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	8	8,1	8,1	8,1
kurang setuju	29	29,3	29,3	37,4
setuju	43	43,4	43,4	80,8
sangat setuju	19	19,2	19,2	100,0
Total	99	100,0	100,0	

P7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	9	9,1	9,1	9,1
kurang setuju	45	45,5	45,5	54,5
setuju	31	31,3	31,3	85,9
sangat setuju	14	14,1	14,1	100,0
Total	99	100,0	100,0	

P8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
tidak setuju	13	13,1	13,1	15,2
kurang setuju	35	35,4	35,4	50,5
setuju	37	37,4	37,4	87,9
sangat setuju	12	12,1	12,1	100,0
Total	99	100,0	100,0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

P9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	10	10,1	10,1	10,1
	tidak setuju	19	19,2	19,2	29,3
	kurang setuju	39	39,4	39,4	68,7
	setuju	25	25,3	25,3	93,9
	sangat setuju	6	6,1	6,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

P10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	tidak setuju	13	13,1	13,1	15,2
	kurang setuju	36	36,4	36,4	51,5
	setuju	39	39,4	39,4	90,9
	sangat setuju	9	9,1	9,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

P11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	tidak setuju	15	15,2	15,2	17,2
	kurang setuju	36	36,4	36,4	53,5
	setuju	35	35,4	35,4	88,9
	sangat setuju	11	11,1	11,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	



FREKUENSI VARIABEL Y

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	tidak setuju	26	26,3	26,3	28,3
	kurang setuju	37	37,4	37,4	65,7
	setuju	28	28,3	28,3	93,9
	sangat setuju	6	6,1	6,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	5,1	5,1	5,1
	tidak setuju	24	24,2	24,2	29,3
	kurang setuju	44	44,4	44,4	73,7
	setuju	22	22,2	22,2	96,0
	sangat setuju	4	4,0	4,0	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	5,1	5,1	5,1
	tidak setuju	24	24,2	24,2	29,3
	kurang setuju	50	50,5	50,5	79,8
	setuju	17	17,2	17,2	97,0
	sangat setuju	3	3,0	3,0	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	tidak setuju	22	22,2	22,2	24,2
	kurang setuju	40	40,4	40,4	64,6
	setuju	26	26,3	26,3	90,9
	sangat setuju	9	9,1	9,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	4,0	4,0	4,0
	tidak setuju	18	18,2	18,2	22,2
	kurang setuju	49	49,5	49,5	71,7
	setuju	23	23,2	23,2	94,9
	sangat setuju	5	5,1	5,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

P6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	tidak setuju	21	21,2	21,2	23,2
	kurang setuju	40	40,4	40,4	63,6
	setuju	27	27,3	27,3	90,9
	sangat setuju	9	9,1	9,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	tidak setuju	15	15,2	15,2	16,2
	kurang setuju	37	37,4	37,4	53,5
	setuju	33	33,3	33,3	86,9
	sangat setuju	13	13,1	13,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

P8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	tidak setuju	13	13,1	13,1	14,1
	kurang setuju	28	28,3	28,3	42,4
	setuju	39	39,4	39,4	81,8
	sangat setuju	18	18,2	18,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

P9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1,0	1,0	1,0
	tidak setuju	15	15,2	15,2	16,2
	kurang setuju	34	34,3	34,3	50,5
	setuju	34	34,3	34,3	84,8
	sangat setuju	15	15,2	15,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarri

P3	Pearson Correlation	,661**	,261*	,268*	1	,188	,085	,265*	,860*	,353*	,274*	,325*	,437*
	Sig. (2-tailed)	,000	,009	,007		,062	,402	,008	,000	,000	,006	,001	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P4	Pearson Correlation	,345**	,130	,140	,188	1	,571*	,083	,128	,039	,166	,045	,144
	Sig. (2-tailed)	,000	,198	,168	,062		,000	,415	,205	,702	,101	,661	,155
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P5	Pearson Correlation	,272**	,070	,160	,085	,571*	1	-,026	,097	,081	,035	,073	,056
	Sig. (2-tailed)	,006	,491	,114	,402	,000		,795	,341	,428	,732	,474	,585
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P6	Pearson Correlation	,436**	,911*	,014	,265*	,083	-,026	1	,238*	,120	,084	,059	,125
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,894	,008	,415	,795		,018	,236	,408	,562	,218
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P7	Pearson Correlation	,668**	,170	,352*	,860*	,128	,097	,238*	1	,406*	,309*	,383*	,392*
	Sig. (2-tailed)	,000	,093	,000	,000	,205	,341	,018		,000	,002	,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P8	Pearson Correlation	,811**	,050	,699*	,353*	,039	,081	,120	,406*	1	,465*	,918*	,910*
	Sig. (2-tailed)	,000	,620	,000	,000	,702	,428	,236	,000		,000	,000	,000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P9	Pearson	,591**	,026	,358*	,274*	,166	,035	,084	,309*	,465*	1	,429*	,481*
	Correlation			*	*				*	*		*	*
	Sig. (2-tailed)	,000	,801	,000	,006	,101	,732	,408	,002	,000		,000	,000
N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P10	Pearson	,765**	,020	,637*	,325*	,045	,073	,059	,383*	,918*	,429*	1	,870*
	Correlation			*	*				*	*	*		*
	Sig. (2-tailed)	,000	,842	,000	,001	,661	,474	,562	,000	,000	,000		,000
N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P11	Pearson	,827**	,060	,689*	,437*	,144	,056	,125	,392*	,910*	,481*	,870*	1
	Correlation			*	*				*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	,000	,553	,000	,000	,155	,585	,218	,000	,000	,000	,000	
N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

CORRELATION VARIABEL Y

		Correlations										
		TOTAL	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
TOTAL	Pearson	1	,734**	,412**	,482**	,684**	,527**	,766**	,299**	,389**	,612**	,473**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,000
N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P1	Pearson	,734**	1	,149	,232*	,716**	,190	,798**	,126	,113	,356**	,249*
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000		,142	,021	,000	,060	,000	,215	,267	,000	,013



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P2	Pearson Correlation	,412**	,149	1	,777**	,067	,850**	,092	- ,361**	-,180	-,013	-,032
	Sig. (2-tailed)	,000	,142		,000	,509	,000	,365	,000	,075	,900	,753
N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P3	Pearson Correlation	,482**	,232*	,777**	1	,175	,685**	,141	- ,284**	-,041	,114	-,075
	Sig. (2-tailed)	,000	,021	,000		,082	,000	,163	,004	,686	,260	,458
N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P4	Pearson Correlation	,684**	,716**	,067	,175	1	,154	,808**	,199*	,134	,239*	,161
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,509	,082		,127	,000	,049	,186	,017	,112
N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P5	Pearson Correlation	,527**	,190	,850**	,685**	,154	1	,214*	- ,209*	-,075	,080	,064
	Sig. (2-tailed)	,000	,060	,000	,000	,127		,033	,038	,463	,430	,530
N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P6	Pearson Correlation	,766**	,798**	,092	,141	,808**	,214*	1	,259**	,188	,319**	,266**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,365	,163	,000	,033		,010	,062	,001	,008
N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P7	Pearson Correlation	,299**	,126	- ,361**	- ,284**	,199*	- ,209*	,259**	1	,310**	,295**	,192
	Sig. (2-tailed)	,003	,215	,000	,004	,049	,038	,010		,002	,003	,057
N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P8	Pearson Correlation	,389**	,113	-,180	-,041	,134	-,075	,188	,310**	1	,379**	,191
	Sig. (2-tailed)	,000	,267	,075	,686	,186	,463	,062	,002		,000	,058



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P9	Pearson	,612**	,356**	-,013	,114	,239*	,080	,319**	,295**	,379**	1	,462**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,900	,260	,017	,430	,001	,003	,000		,000
N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
P10	Pearson	,473**	,249*	-,032	-,075	,161	,064	,266**	,192	,191	,462**	1
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,013	,753	,458	,112	,530	,008	,057	,058	,000	
N		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

RELIABILITY VARIABEL X

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,749	12

RELIABILITY VARIABEL Y

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,730	11



REGRESI LINEAR

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,710 ^a	,504	,498	3,55251

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,630	2,454		3,516	,001
	X	,621	,063	,710	9,920	,000

a. Dependent Variable: Y



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Hakejipia Hind...
 1. Dilarang...
 a. Pengg...
 b. Pengg...
 Dit...
 UIN Suska Riau

Nomor: Un.04/F.IV/PP.00.9/3731/2018
 Sifat: Biasa
 Lampiran: 1 berkas
 Hal: Penunjukan Pembimbing
 Pekanbaru, 05 Dzulqaidah 1439 H
 18 Juli 2018 M

Kepada Yth.
 1. **Musfaldy, S.Sos., M.Si.**
 2. **Dr. Aslati, M.Ag**
 Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
 UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

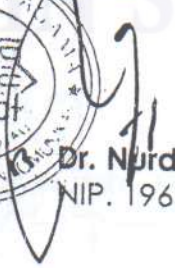
Dengan hormat,
 Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **Pujianto** NIM. 11343104631 dengan judul "**Pengaruh Terpaan Iklan Go-Jek Di Televisi Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi**" (proposal terlampir), maka kami harapkan kesediaan saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
 Dekan,

Dr. Nurdin, MA
 NIP. 19660620 200604 1 015



Tembusan :
 1. Ketua Jurusan Komunikasi
 2. Mahasiswa ybs



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: ialn-sq@pekanbaru-indo.net.id

2. Di larang menyalin, mengutip, atau menjiplak sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau

Nomor : Un/04/F/IV/PP.00.9/1833/2019
ifat : Biasa
ampiran : (satu) Eksemplar
al : Mengadakan Penelitian

Pekanbaru, 04 Rajab 1440 H
11 Maret 2019 M

Kepada Yth.
Gubernur Riau
Kep. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,
Kami sampaikan bahwa mahasiswa kami :

- Nama : Pujianto
- NIM : 11343104631
- Semester : VIII(Dua Belas)
- Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

Mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul :

"Pengaruh Terpaan Iklan Go-Jek di Televisi terhadap Minat Konsumen untuk Menggunakan Gojek sebagai Sarana Transportasi di Kota Pekanbaru"

Adapun sumber data penelitian adalah :

"Sarana Transportasi di Kota Pekanbaru"

Untuk maksud tersebut kami mohon berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah yang kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam
a.n. Rektor,
Dekan,



Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

- Sebaran :
- 1. Rektor UIN Suska Riau
- 2. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
- 3. Mahasiswa yang bersangkutan



BIOGRAFI PENULIS



Pujianto, dilahirkan di dusun Suhud Utara pada tanggal 10 April 1995. Anak pertama dari empat bersaudara ini adalah putra pasangan bapak Dardi dan ibu Sutrisni. Dan saat ini penulis tinggal di Jl. Garuda Sakti KM 2, Gang Dahlia dan keluarga penulis tinggal di Dusun Suhud Utara, desa Rintis, Kec. Silangkitang, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Penulis menempuh pendidikan mulai dari MIS Al-Muttaqin Suhud, dan tamat pada tahun 2007, melanjutkan ke MTS Al-Muttaqin Suhud dan tamat pada tahun 2010, lalu menyelesaikan pendidikan di SMK Siti Banun pada tahun 2013. Pada tahun 2013 penulis melanjutkan Pendidikan di perguruan tinggi Negeri, tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru Fakultas Dakwah Dan Komunikasi pada program studi Ilmu Komunikasi Strata Satu (S1) pada tahun 2019.

Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi yang positif dalam dunia Pendidikan, akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“PENGARUH IKLAN GO-JEK DI TELEVISI TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN GO-JEK SEBAGAI SARANA TRANSPORTASI DI KELURAHAN SIMPANG BARU KOTA PEKANBARU”**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.