

**PENGARUH KONTEN *REVIEW CHANNEL YOUTUBE GADGETIN*
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* DI KALANGAN
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2020 UIN SUSKA
RIAU**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

RENITA DEWI LOKASARI

NIM. 12040322151

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

2024



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Renita Dewi Lokasari
NIM : 12040322151
Judul : Pengaruh Konten Review Channel Youtube GadgetIn Terhadap Minat Beli Smartphone di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UIN Suska Riau

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 03 Juli 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 03 Juli 2024



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19831118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua / Penguji I,

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

Sekretaris / Penguji II,

Edison, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19780416 202321 1 009

Penguji III,

Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19860510 202321 1 026

Penguji IV,

Suardi, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19780912 201411 1 003

1. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 2. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 3. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 4. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 5. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 6. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 7. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 8. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 9. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 10. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 11. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 12. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 13. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 14. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 15. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 16. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 17. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 18. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 19. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 20. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 21. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 22. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 23. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 24. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 25. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 26. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 27. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 28. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 29. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 30. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 31. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 32. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 33. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 34. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 35. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 36. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 37. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 38. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 39. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 40. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 41. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 42. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 43. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 44. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 45. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 46. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 47. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 48. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 49. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 50. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 51. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 52. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 53. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 54. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 55. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 56. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 57. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 58. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 59. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 60. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 61. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 62. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 63. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 64. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 65. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 66. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 67. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 68. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 69. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 70. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 71. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 72. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 73. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 74. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 75. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 76. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 77. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 78. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 79. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 80. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 81. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 82. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 83. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 84. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 85. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 86. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 87. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 88. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 89. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 90. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 91. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 92. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 93. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 94. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 95. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 96. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 97. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 98. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 99. Cipta Dilindungi Undang-Undang
 100. Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**PENGARUH KONTEN *REVIEW* CHANNEL YOUTUBE *GADGETIN* TERHADAP
MINAT BELI *SMARTPHONE* DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
ANGKATAN 2020 UIN SUSKA RIAU**

Disusun Oleh:

RENITA DEWI LOKASARI

NIM: 12040322151

Telah disetujui pembimbing pada tanggal 13 Juni 2024

Pembimbing,




Yantos, S.IP, M.Si

NIP. 19710122 200701 1 016

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Badri, M.Si.

NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 masalah.
 - 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 KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Renita Dewi Lokasari
NIM : 12040322151
Tempat/ Tgl. Lahir : Kendal, 20 September 2002
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh *Konten Review* Channel Youtube *GadgetIn* Terhadap Minat Beli *Smartphone* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UIN Suska Riau

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

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpanan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi 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, 03 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Renita Dewi Lokasari

Nim. 12040322151

UIN SUSKA RIAU
Hak cipta milik UIN Suska Riau
Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Site Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



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

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : RENTA DEWI LOKASARI
NIM : 12040322151
Judul : PENGARUH KONTEN REVIEW CHANNEL YOUTUBE GADGETIN TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 28 Desember 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.


Pekanbaru, 28 Desember 2023

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,


Artis, S. Ag., M.I. Kom
NIP. 196806072007011047


Rohayati, S. Sos., M.I. Kom
NIP. 198808012020122018

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
Dilarang mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
Dilarang mengutip 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 of Sultan Syarif Kasim Riau



ABSTRAK

Nama : Renita Dewi Lokasari
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh *Konten Review* Channel Youtube *GadgetIn* Terhadap Minat Beli *Smartphone* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UIN Suska Riau.

Penelitian ini di latar belakang atas Kemajuan teknologi yang semakin kian meningkat yang melahirkan adanya tren yang hadir terutama pada sosial media Youtube. Salah satunya tren yang hadir yaitu *Konten Review* sebuah produk, yang berisi penilaian dan pengenalan sebuah produk yang menimbulkan minat beli konsumen dari produk yang di pasarkan. Pendekatan yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode angket (kuisisioner). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Non Probability Sampling dengan jenis Purposive Sampling, berdasarkan kriteria tertentu dengan menggunakan rumus Slovin. Sampel di dapatkan sebanyak 69 orang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori S-O-R (*Stimulus Organism Response*). Hasil penelitian ini menggunakan software SPSS 27 bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Konten Review* Channel Youtube *GadgetIn*. Terhadap Minat Beli *Smartphone* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UIN Suska Riau. Dilihat pada hasil uji Regresi Linier yang menunjukkan $0,000 < 0,05$. Adapun hasil uji Hipotesis dari penelitian ini menunjukkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dengan angka sebesar $8,276 > 1,996$ yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak, disimpulkan bahwa secara parsial *Konten Review* Channel Youtube *GadgetIn* (X) Terhadap Minat Beli *Smartphone* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UIN Suska Riau (Y).

Kata Kunci : *Konten Review*, *GadgetIn* Minat Beli

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 masalah.
 - 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. 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 masalah.
 - 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 : Renita Dewi Lokasari
 Department : Communication Science
 Title :The Influence of GadgetIn YouTube Channel *Review Content* on
Smartphone Purchase Interest Among the 2020 Cohort of
 Communication Science Students at UIN Suska Riau

This research is motivated by the rapid advancement of technology, which has given rise to trends, particularly on social media platforms like YouTube. One such trend is product *review content*, which includes evaluations and introductions of products, thereby generating consumer purchase interest in the marketed products. The approach used in this research is quantitative, utilizing a survey (questionnaire) method. The sampling technique employed is Non-Probability Sampling with the Purposive Sampling type, based on specific criteria using the Slovin formula. A sample of 69 individuals was obtained. The theory used in this research is the S-O-R (*Stimulus Organism Response*) theory. The results of this study, analyzed using SPSS 27 software, indicate a significant influence of the *GadgetIn* YouTube channel's review content on the interest in purchasing smartphones among the 2020 cohort of Communication Science students at UIN Suska Riau. The Linear Regression test results show $0.000 < 0.05$. The hypothesis test results indicate that $t\text{-count} > t\text{-table}$, with a value of $8.276 > 1.996$, meaning that H_a is accepted and H_0 is rejected. It is concluded that, partially, the *GadgetIn* YouTube channel's *review content* (X) has a significant influence on the interest in purchasing *smartphones* among the 2020 cohort of Communication Science students at UIN Suska Riau (Y).

Keyword : *Review Content, GadgetIn, Purchase Interest*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki oleh Universitas Sultan Syarif Kasim Riau

Sultan Syarif Kasim University of Sultan Syarif Kasim Riau

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warrahmatullahi wabarakatuh Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Konten Review Channel Youtube GadgetIn Terhadap Minat Beli Smartphone di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UIN Suska Riau.”* shalawat serta salam penulis ucapkan kepada junjungan alam yakni Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliah menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan seperti sekarang ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Terimakasih sebesar-besarnya kepada **Bapak Maredi** yang telah percaya atas semua keputusan yang telah penulis ambil serta cinta dan dukungan yang tanpa batas. Pintu surgaku, **Ibu Suratmi** terimakasih atas semua doa dan keridhoan yang diberikan kepada penulis. Serta kepada saudari kandungku **M. Ibnu Firmansyah**, terimakasih telah memberikan semangat dan banyak dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan studi ini. Kemudian kepada diri sendiri, terimakasih sudah mampu melewati tantangan dan kesulitan yang dihadapi dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini memerlukan proses yang panjang dan tidak lepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tulus dan sebesar besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr.Hairunnas, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr.Hj.Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr.H.Mas`ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II, dan Bapak Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D selaku Wakil Rektor III.



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 masalah.
- 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.

3. Bapak Dr. Imron Rosidi, S. Pd, M. A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr.Masduki, M.Ag, Bapak Dr. Toni Hartono, S.Ag, M.Si dan Bapak Dr.H.Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si dan Bapak Artis M.I.Kom selaku Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan semoga menjadi bekal dan berkah yang baik bagi peneliti kedepannya.
7. Bapak Yantos. S.IP.,M.Si, selaku dosen pembimbing, yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, serta arahan dan saran yang sangat berharga dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Artis S.Ag., M.I.Kom., selaku penasehat akademik dari awal semester hingga semester ini yang banyak memberikan arahan, nasihat, dan dukungan selama masa studi penulis.
9. Bapak dan Ibu Penguji Sidang Skripsi yang telah memberi masukan kepada Skripsi peneliti.
10. Kepada Sahabat saya Siti Nurjannah, Salsa Winanda, Neni Andriyani dan Ririn Sekar Pangesti yang telah memberikan dukungan serta memberikan semangat kepada penulis sedari dulu.
11. Kepada Sahabat penulis Sartika, Rahma Dewi, Indri Diana, Resti Marlinda dan Oktavia terima kasih telah menjadi sahabat selama bangku perkuliahan, mendukung dan memberikan pendapat serta meluangkan waktu bersama.
12. Kepada Sahabat penulis Nursiana, M. Lukman Hakim, Aidhul Ramadhan, Ridho Naldo Pamalo dan M. Zaki Riyadillah terima kasih menjadi sahabat penulis yang telah membantu segala hal, memberikan pendapat, memberikan

**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 masalah.
 - 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

dukungan serta menghibur penulis sehari-hari yang berat dalam penulisan skripsi ini.

13. Kepada Varadilla Wulandari dan Nur Elviani Dewi terimakasih selalu menghibur dan meluangkan waktunya untuk bermain bersama.
14. Terima kasih kepada seluruh teman teman seperjuangan penulis “Ilmu Komunikasi dan Broadcasting L Angkatan 2020” terimakasih atas kekompakan dan kebersamaannya selama ini.
15. Kepada seluruh responden penelitian, Terima kasih atas waktu dan tenaga yang telah diberikan dalam penelitian sehingga selesainya penulisan skripsi ini.
16. Terakhir, terimakasih untuk Renita Dewi Lokasari, yaitu diriku sendiri yang telah berusaha keras, bertahan di saat-saat sulit, Terima kasih telah menyelesaikan apa yang sudah di mulai, di harapkan dan di doakan. terima kasih telah tetap memilih melanjutkan dan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Terima kasih untuk setiap langkah kecil yang telah penulis ambil, karena langkah-langkah kecil itulah yang akhirnya membawa penulis pada pencapaian besar ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menjadi referensi penelitian selanjutnya. Akhir kata dengan kerendahan hati penulis ucapkan terimakasih.

Pekanbaru, 15 Juni 2024

Peneliti,

Renita Dewi Lokasari

NIM. 12040322151



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 masalah.
 - 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
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang	1
2. Penegasan Istilah.....	5
3. Rumusan Masalah	6
4. Tujuan Penelitian	6
5. Kegunaan Penelitian.....	6
6. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
1. Kajian Terdahulu.....	9
2. Landasan Teori.....	14
3. Konseptual dan Operasional.....	21
5. Hipotesis	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
1. Metode dan Pendekatan.....	28
2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3. Populasi dan Sampel	28
4. Teknik Pengumpulan Data	31
5. Uji Validitas dan Reabilitas.....	31
6. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV GAMBARAN DAN LOKASI PENELITIAN	37
1. Gambaran Umum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.....	37
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
1. Hasil Penelitian	47
2. Pengujian Data	76

3.	Pembahasan Penelitian	80
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		
1.	Kesimpulan	86
2.	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN.....		
		92

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 masalah.
 - 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 GAMBAR

Gambar 1. 1	3
Gambar 2. 1	26
Gambar 4. 1	45



- 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 masalah.
 - 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 masalah.
 - 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 Konseptual Operasional.....	21
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa/i Konsentrasi Broadcasting angkatan 2020	29
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y	32
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	34
Tabel 3. 4 Skala Likert	35
Tabel 3. 5 Klasifikasi Hubungan Variabel X dan Y	35
Tabel 5. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 5. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Konsentrasi	48
Tabel 5. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Penonton Aktif Media Sosial Youtube	48
Tabel 5. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Youtube Sehari	49
Tabel 5. 5 Apakah anda mengetahui Channel Youtube GadgetIn?.....	50
Tabel 5. 6 Berapa Kali Anda Menonton Tayangan Channel Youtube GadgetIn?.....	50
Tabel 5. 7 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Penjelasan.....	52
Tabel 5. 8 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan gaya bahasa.	52
Tabel 5. 9 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan menjelaskan singkat.	53
Tabel 5. 10 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan konsep video review	54
Tabel 5. 11 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan detail dalam mengulas	55
Tabel 5. 12 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan mengulas	55
Tabel 5. 13 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan menjelaskan ulasan.....	56
Tabel 5. 14 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan dalam mendeskripsikan.	57
Tabel 5. 15 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Pendapat yang diberikan.....	58
Tabel 5. 16 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan dapat dipercaya	58
Tabel 5. 17 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Pendapat GadgetIn	59
Tabel 5. 18 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan kurang lama menjelaskan	60
Tabel 5. 19 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Kesimpulan.	61
Tabel 5. 20 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan berpengalaman	61
Tabel 5. 21 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Setelah.....	62
Tabel 5. 22 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan ragu	63
Tabel 5. 23 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan apakah tertarik	64
Tabel 5. 24 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan lebih senang.....	65
Tabel 5. 25 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan merasa nyaman.....	66
Tabel 5. 26 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan karena penasaran.	67
Tabel 5. 27 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan merekomendasikan.	68
Tabel 5. 28 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan direkomendasikan.....	68
Tabel 5. 29 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Produk yang di review.....	69
Tabel 5. 30 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan enggan membagikan.....	70
Tabel 5. 31 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Setelah menonton	70
Tabel 5. 32 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Smartphone di review.....	71
Tabel 5. 33 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan sekedar iseng	72
Tabel 5. 34 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan tidak mempunyai target	73
Tabel 5. 35 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan mengumpulkan informasi	73
Tabel 5. 36 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan telah mempelajari	74
Tabel 5. 37 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan penjelasan produk.....	75

Tabel 5. 38 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan merasa puas	76
Tabel 5. 39 Hasil Uji Koefisien Korelasi Variabel X dan Y	77
Tabel 5. 40 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	78
Tabel 5. 41 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79
Tabel 5. 42 Hasil Uji Parsial (Uji t)	79



- 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 masalah.
 - 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

1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang semakin kian meningkat, membuat kita dituntut untuk mampu menguasai dan mengakui betapa pentingnya teknologi untuk menjalankan aktivitas sehari-hari. Dan hampir seluruh aktivitas menggunakan teknologi, membuktikan bahwa teknologi informasi menjadi kebutuhan kita pada saat ini (Handayani, 2021). Dampak dari kemajuan teknologi yang mengakibatkan terjadinya revolusi pada dunia media, membuat teknologi memiliki peranan yang amat penting dalam penyebaran informasi. Oleh karena itu teknologi yang diciptakan akan selalu berkembang dan memenuhi kebutuhan manusia dari sebelumnya. (Edwin Kiky Aprianto, 2021)

Teknologi akan selalu memenuhi kebutuhan manusia secara terus menerus dan memberikan dampak bagi manusia tergantung pada penggunaannya, teknologi berdampak baik bila manusia menggunakannya dengan baik, begitupun sebaliknya, jika menggunakan teknologi untuk hal yang negatif maka akan berdampak buruk. Dampak positif dari adanya teknologi secara garis besar adalah membantu manusia untuk mencari informasi dengan mudah dan gampang. Lalu dampak negatif dari adanya teknologi tak sedikit yang kita tahu, bahkan secara garis besarnya yaitu kejahatan siber. Seperti yang sudah dijelaskan bahwa Pemanfaatan teknologi tergantung pada pemakaiannya. Tetapi dengan begitu, adanya teknologi ini lebih banyak berdampak kearah yang positif, bahkan seiring berkembangnya teknologi akan terus menciptakan sesuatu yang baru.

Dengan berkembangnya teknologi perubahan terjadi begitu besar, bahkan teknologi membuat media untuk komunikasi dalam media massa juga ikut mengalami perubahan. Media yang digunakan dahulu yaitu media massa dan media elektronik. Berbeda dengan saat ini yang sudah beralih ke internet. Kemudian perlahan berfungsi sebagai pemenuhan informasi yang dibutuhkan setiap manusia.

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 masalah.
 - 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 masalah.

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.

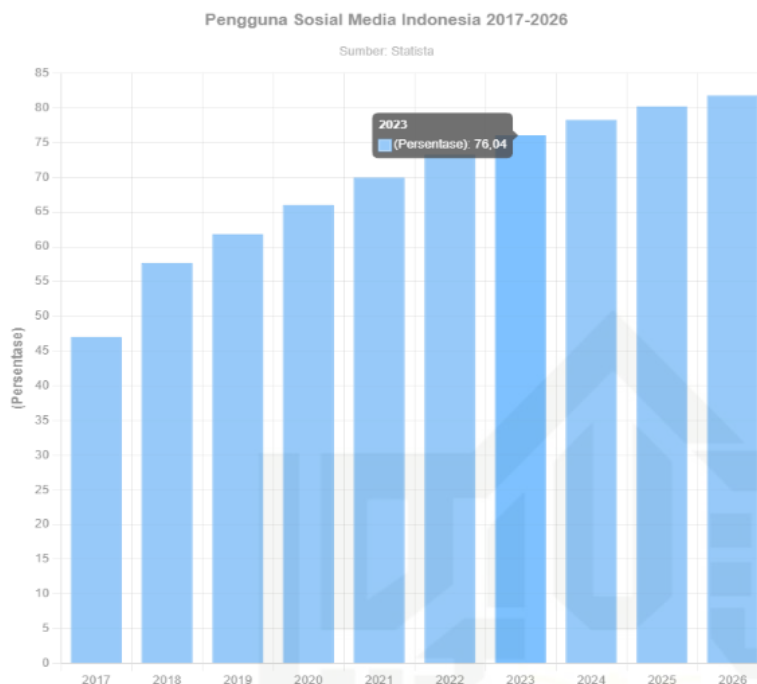
Berbagai informasi sudah dapat diakses lewat media internet yang setelah itu menyebut dirinya sebagai *New Media* (Gunawan, 2017):

Kemunculan *new media* sangat berkaitan dengan kehadiran internet, meskipun dalam perkembangannya, *new media* tidak terbatas pada internet tetapi internet sebagai media atau wadah yang paling terlihat dominan di era *new media*. Internet sangat fantastis, ditandai pada saat era manusia menggunakan telepon kabel, tidak terbayangkan di masa yang akan datang seluruh kabel tersebut dapat memunculkan gambar, suara, video bahkan audio visual. Bahkan kenyataannya internet pun masi saja terus berkembang, awalnya internet hanya digunakan untuk situs dan email, kemudian dimanfaatkan untuk blog, situs berbagi video, televisi internet, konferensi video, game online, media sosial dan lain-lain. (Vita Dewi, Lestari and Rahmah, 2019)

Media sosial salah satu hasil dari perkembangan internet yang hingga saat ini digunakan karena manfaatnya dalam memberikan informasi dengan sangat cepat, pengertian dari media sosial sendiri merupakan media *online* yang menggunakan internet dimana para penggunanya dapat langsung berinteraksi, berpartisipasi dan berbagi isi atau *content* nya. Media sosial dapat digunakan sebagai penghubung suatu informasi dan komunikasi dari seorang produsen ke konsumen. Konsumen bisa mendapatkan informasi sebuah produk dari media sosial begitu juga sebaliknya. Produsen dapat memenuhi kebutuhan informasi konsumen dengan menggunakan media sosial. (Dewa and Safitri, 2021)

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 masalah.
 - 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.



Gambar 1. 1

Sumber : GoodStats

Di Indonesia media sosial mengalami perkembangan pesat, terdapat sebanyak 76,4% pengguna media sosial di tahun 2023. jumlah ini akan terus bertambah seiring berjalannya waktu. Pada tahun 2017, dengan total 47,03% dari jumlah populasi di Indonesia yang merupakan pengguna di Indonesia diperkirakan akan naik dua kali lipat pada tahun 2026 dengan jumlah pengguna media sosial sebanyak 81,82%. (Yonatan, 2023)

Berbagai jenis media sosial dengan keperluan yang berbeda, Salah satunya adalah *Youtube*. Aplikasi *Youtube* merupakan platform terbanyak digunakan dan terpopuler di kalangan pengguna di seluruh dunia. Popularitasnya membuat *Youtube* menjadi aplikasi media social yang menempati peringkat kedua dengan pengguna terbanyak setelah *Facebook*. Pada Januari 2023 ada sekitar 2,51 miliar pengguna *Youtube* di dunia. India sebagai Negara yang menempati posisi pertama dengan pengguna *Youtube* terbanyak di dunia, tercatat ada 467 Juta pengguna *Youtube* dari Negara tersebut. Amerika Serikat menjadi yang kedua dengan total 246 Juta pengguna, kemudian di peringkat ketiga ada Brazil dengan



total 142 Juta pengguna. Indonesia berada di peringkat keempat dengan jumlah pengguna *Youtube* sebanyak 139 Juta. Hal ini membuat *Youtube* menjadi salah satu *platform* yang masih banyak di akses di Indonesia.(Annur, 2023)

Youtube masi menjadi sosial media yang di minati oleh usia muda yang menghadirkan tren baru di dalam masyarakat. Salah satu tren yang hadir yaitu konten *review* sebuah produk, yang berisi penilaian dan perkenalan sebuah produk.(Prasetio and Surasmi) Konten *review* sering dianggap sebagai digital marketing yang efektif dalam proses pengenalan produk karena dapat memenuhi kebutuhan dan menumbuhkan rasa percaya serta ingin tahu masyarakat. Terlebih dengan penggunaan *Youtuber* yang dapat mempengaruhi opini dan preferensi konsumen dalam memilih produk. Konten *review* sangat dibutuhkan bagi calon konsumen untuk memastikan kegunaan dan kondisi dari produk yang akan dibeli. Di sisi lain, suatu produk juga membutuhkan promosi melalui konten *review* untuk menunjukkan kualitas dan meyakinkan calon konsumen.(Aprilia, Desi and Purnomo, 2023)

Salah satu *channel youtube* konten *review* yang terkenal di Indonesia adalah Gadgetin. Memiliki 11,6 juta pengikut GadgetIn adalah salah satu channel Youtube yang membahas informasi mengenai gadget dan teknologi terbaru, bergabung pada tahun 2014. David Brendi adalah salah satu content creator yang membuat sebuah konten mengenai *review gadget* keluaran terbaru. *GadgetIn* berasal dari singkatan *Gadget* Indonesia yang mengawali debut pertamanya dengan *video review handphone* Xiaomi Mi 3. Saat ini *GadgetIn* sudah mempunyai 11,6 juta pengikut dengan 1.421 video(Aini and Nanda, 2020)

Pada penelitian ini, peneliti memilih channel Youtube *Gadgetin* sebagai objek penelitian karena dalam setiap video yang di unggah, channel gadgetin mampu menjelaskan kekurangan dan kelebihan suatu produk *smartphone* dengan memadukan informasi yang aktual dan atraktif serta menarik yang menjadikan channel ini sebagai referensi para konsumen yang ingin membeli *smartphone* namun ragu akan kualitasnya. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui Pengaruh

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 masalah.

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.



Konten *Review* Channel Youtube *GadgetIn* Terhadap Minat Beli *Smartphone* Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 Uin suska Riau.

2. Penegasan Istilah

Luasnya pembahasan yang di temukan dalam penelitian ini, perlu adanya batasan-batasan masalah yang jelas dalam penelitian ini. maka dari itu, peneliti perlu memberikan batasan penelitian agar hanya berkaitan dengan “konten *review* channel youtube *gadgetin* serta minat beli”

2.1. Konten Review

Menurut Resmawa konten *review* berisi tentang penjelasan dari penilaian suatu produk atau jasa yang di publikasikan dan di klarifikasi oleh siapa saja, berdasarkan pengalaman seorang pengguna yang dapat dijadikan sebagai referensi untuk calon pengguna.(Aprilia, Desi and Purnomo, 2023)

2.2. Channel Youtube

Youtube merupakan salah satu media sosial yang banyak digemari oleh masyarakat. Pemanfaatan Youtube dapat digunakan dengan mengunggah video-video yang menunjukkan bakat, hobi, atau pun kegiatan yang dapat memberikan hal dan informasi positif bagi pengguna lainnya.(Ramdhini and Fatoni, 2020)

2.3. Minat Beli

Minat beli didefinisikan sebagai tindakan konsumen untuk menentukan kesesuaian produk dengan harapan dan kebutuhannya. Proses ini dilakukan untuk memastikan kepuasan konsumen ketika membeli produk atau layanan. Proses awal dari keputusan membeli ialah konsumen menentukan masalah atau kebutuhan terhadap produk yang diinginkan, kemudian konsumen akan mencari informasi seputar produk dan mengelolanya agar dapat mengambil keputusan produk yang akan dibeli.(Aprilia, Desi and Purnomo, 2023b)

2.4. Smartphone

Smartphone sebagai ponsel seluler yang dilengkapi dengan mikroprosesor, memori, layar, dan modem bawaan. *Smartphone* ini merupakan perangkat

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 masalah.

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 of Sultan Syaif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

multimedia yang menggabungkan fungsi PC dan handset sehingga menciptakan gadget yang canggih. Di dalamnya terdapat berbagai fitur seperti pesan teks, kamera, pemutar musik, video, game, akses email, TV digital, mesin pencari, pengelola informasi pribadi, GPS, layanan telepon internet, dan sebagainya. (Paridawati, Daulay and Amalia, 2021)

2.5. Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi menghasilkan sarjana muslim yang cerdas, terampil, dan berakhlak mulia dalam bidang ilmu dakwah dan ilmu komunikasi, kualifikasi diharapkan dapat memberdayakan posisi mereka untuk berdedikasi dan bekerja profesional dalam bidang jurnalistik, Public Relation dan Broadcasting yang mampu berkarya dengan berperan pada pengembangan keilmuan serta turut menyumbang atas pemecahan berbagai masalah social yang terkait dengan bidang ilmu komunikasi serta memiliki kemampuan intelektual dan berintegritas moral islam dalam mewujudkan misi dakwah islamiyah. Saat ini jumlah dari mahasiswa dan mahaiswi konsentrasi *Broadcasting* angkatan 2020 sebanyak 218 orang. (Hasanah *et al.*, 2022)

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah di jelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Pengaruh Konten *Review Channel Youtube GadgetIn* Terhadap Minat Beli *Smartphone* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2020 Uin Suska Riau?

4. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konten review Channel Youtube *GadgetIn* Terhadap Minat Beli *Smartphone* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2020 Uin Suska Riau

5. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini terdiri:

5.1. Akademis

Secara akademis, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara akademis dengan menambah khazanah Ilmu Pengetahuan serta

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 masalah.
 - 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.



menjadi referensi peneliti berikutnya yang paling utama berkaitan dengan konsentrasi Broadcasting dan juga penelitian ini sebagai penerapan dari ilmu yang diterima penulis selama menjadi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5.2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa dalam mengikuti perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi (TIK) khususnya komunikasi serta menjadi bahan inovasi, masukan di lokasi penelitian. dan juga sebagai syarat untuk mendapatkan Sarjana Strata 1 (S1) pada jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal ini terdiri dari enam Bab yang di uraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan Latar Belakang, Batasan Masalah, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan penelitian, kegunaan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan pembahasan kajian terdahulu, landasan teori, konsep operasional, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan pembahasan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jumlah populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, validasi data dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini memberikan gambaran umum dari lokasi penelitian dan subjek penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

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 masalah.

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 masalah.
 - 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 ini membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasannya yang mencakup tentang pengaruh konten *review channel youtube GadgetIn* terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi 2020 UIN Suska Riau.

BAB VI: PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran.



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 masalah.
 - 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 II

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kajian Terdahulu

Sebagai bahan untuk pertimbangan dalam proposal, ada beberapa kajian terdahulu yang peneliti anggap relevan dengan penelitian **“Pengaruh Konten *Review Channel Youtube GadgetIn Terhadap Minat Beli Smartphone di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2020 UIN Suska Riau*”** adapun kajian terdahulu sebagai berikut:

1. penelitian terdahulu oleh Lis Aprilia, Yolanda Presina Desi dan Sigit Purnomo yang *berjudul “Pengaruh Konten *Review dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Mobil Listrik*” (Studi Kuantitatif Pada *Channel Youtube Fitra Eri, Ridwan Hanif dan Oto Driver*)*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari konten *review* dan *electronic of mouth* terhadap minat beli mobil listrik. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya variabel X_1 berpengaruh sebesar 16% terhadap variabel Y, lalu variabel X_2 berpengaruh sebesar 70% terhadap variabel Y dan besar pengaruh dari variabel X_1 dan X_2 secara bersamaan terhadap variabel Y sebesar 32.5 %. Hasil ini di dapatkan setelah melewati beberapa uji seperti uji instrument (uji validitas dan reliabelitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastitas dan uji autokorelasi), uji hipotesis (uji regresi linier berganda, R^2 , uji t dan uji f). perbedaan dari penelitian ini menggunakan dua variabel X dan 1 variabel Y serta penelitian ini meneliti terhadap minat beli mobil listrik sedangkan persamaan dari peneliti ini adalah sama sama membahas mengenai pengaruh konten review terhadap minat beli. lalu persamaan selanjutnya ada di indikator dalam minat beli dan metode yang digunakan.
2. penelitian terdahulu oleh Abdul Rahman **“Pengaruh Konten *Review Smartphone Samsung Galaxy A72 di Youtube Terhadap Minat Beli Masyarakat*” (Survey Pada Penonton *Channel Youtube GadgetIn*)** dalam

penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis eksplanatif, teknik pengumpulan data menggunakan metode survey. Teori yang digunakan adalah teori penilaian sosial, dalam penelitian ini uji korelasi menunjukkan angka sebesar 0,734, nilai koefisien determinasi menunjukkan angka sebesar 53,9%. Hasil perhitungan uji t menunjukkan angka sebesar $10,714 > t_{\text{tabel}}$ sebesar 1,6605. Selain itu, diperoleh pula persamaan regresi $Y=12,851+0,950X$. Berdasarkan analisis data dalam penelitian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya pengaruh dari konten *review smartphone* Samsung Galaxy A72 di YouTube terhadap minat beli masyarakat. Perbedaan dari penelitian ini adalah objek penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data serta teori yang digunakan. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama sama meneliti mengenai pengaruh konten *review smartphone* oleh channel youtube gadgetin terhadap minat beli dan metode yang digunakan.

3. penelitian oleh Cindy Silvia dan Nur Atnan berjudul **“Pengaruh Testimonial Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Bandung”** (studi pada produk *Freeman products in suhay salim’s video*). dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh testimonial *review beauty vlogger* suhay salim terhadap keputusan pembelian di kota bandung. Penelitian ini menggunakan mix method yaitu perpaduan antar kuantitatif dan kualitatif sebagai metode dasar. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *SOR* dan teori faktor keputusan pembelian, pada penelitian ini juga menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Lalu penelitian ini menghasilkan hasil temuan bahwa testimonial *review beauty vlogger* suhay salim dianggap memiliki nilai mempengaruhi pada keputusan pembelian, faktanya dibuktikan dalam hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan hasil yang di dapatkan sebesar 0,281 atau 28,1%. Perbedaan dari penelitian mereka yaitu pada metode, objek dan subjek penelitian. Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama membahas pengaruh suatu *video review* terhadap keputusan pembelian dan menggunakan teori yang sama.

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 masalah.
- 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 masalah.
 - 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 of Sultan Syarif Kasim Riau

4. Penelitian oleh Anisya Octaviani Dewi, Kusrin dan Weni A. Arindawati yang berjudul **“Pengaruh Testimonial Review Celebrity Endoser Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Produk Skincare Whitelab”** (analisis regresi terhadap *followers* akun instagram @tasyafarasya). Penelitian ini membahas tentang pengaruh *testimonial review celebrity* tasya farasya terhadap minat beli produk *skincare whitelab*. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, teori yang digunakan adalah teori perilaku konsumen. Hasil dari penelitian ini terdapat adanya pengaruh antara *testimonial tasya farasya* terhadap minat beli produk *skincare whitelab*, yang terbukti setelah melewati beberapa uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi dan uji hipotesis. Perbedaan dari penelitian ini adalah pada subjek, objek penelitian serta teorinya. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama sama membahas pengaruh terhadap minat beli suatu produk dan metode yang sama juga.
5. Penelitian oleh Reyhan Audie Maulida Permana dengan judul **“Pengaruh Review Beauty Influencer Terhadap Niat Beli Produk Pada Media Sosial Youtube”** penelitian ini membahas mengenai pengaruh *review beauty influencer* Lifni Sanders terhadap niat beli suatu produk di youtube, pada penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif, teori yang digunakan adalah teori kognitif sosial. Hasil dari penelitian ini menggunakan analisis SEM yang menyatakan bahwa ketujuh hipotesis signifikan, hal ini menunjukkan adanya pengaruh *review beauty influencer* terhadap niat beli produk pada media sosial youtube. Perbedaan dari penelitian ini objek, subjek penelitian serta teori yang digunakan. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan metode yang sama, meneliti mengenai pengaruh terhadap niat beli, serta platform media social yang sama.
6. Peneliti oleh Nurul Aini dan Sendi Eka Nanda yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Informasi dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Youtube Channel “GadgetIn” Terhadap Keputusan Pembelian Gadget”** penelitian ini membahas tentang seberapa besar pengaruh kualitas informasi dan pemenuhan kebutuhan informasi pada channel youtube *gadgetin*

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 masalah.
 - 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.

terhadap keputusan pembelian *gadget*. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teori *uses and gratification* sebagai landasan teori dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini kualitas informasi (X1) terhadap keputusan pembelian *gadget* (X2) menunjukkan pengaruh sebesar 18,1%, hasil pemenuhan kebutuhan informasi pada channel youtube *gadgetin* (X2) terhadap keputusan pembelian *gadget* (X2) memiliki pengaruh sebesar 26%. Secara simultan kualitas informasi, pemenuhan kebutuhan informasi pada channel youtube *gadgetin* terhadap keputusan pembelian *gadget* memiliki pengaruh sebesar 28,5%. hasil koefisien determinasi menunjukkan sebesar 28,5% yang artinya pemenuhan kebutuhan informasi pada channel youtube *gadgetin* dipengaruhi kualitas informasi. Sementara 71,5% dipengaruhi oleh factor lain. Perbedaan dari penelitian ini adalah teori yang digunakan dan variable yang digunakan pada penelitian ini, sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah membahas mengenai pengaruh dan terhadap pembelian *gadget*. Lalu persamaan selanjutnya menggunakan metode yang sama.

7. Penelitian oleh Faisal Akbar dan Dwi Prasetyo dengan judul **“Pengaruh Channel Youtube *GadgetIn* Terhadap Minat Daya Beli *Gadget*”** penelitian ini membahas tentang pengaruh dari channel youtube *gadgetin* terhadap minat beli *gadget*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teori yang digunakan adalah teori *S-R*. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa channel youtube *gadgetin* memiliki pengaruh dengan tingkat hubungan yang sedang terhadap minat beli *gadget* pada subscribers channel youtube *gadgetin*. Perbedaan pada penelitian ini ada pada teori yang digunakan sedangkan persamannya ada pada pembahasannya dan metode yang digunakan.
8. Penelitian oleh Alya Aulia dan Zulfebrigas yang berjudul **“Pengaruh *Video Review Skincare MS Glow* Terhadap Minat Beli Masyarakat”** penelitian ini membahas mengenai pengaruh dari *video review skincare ms glow* yang di ulas oleh Dr. Richard Lee terhadap minat beli masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, hasil dari penelitian ini adalah hasil uji T



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 masalah.
 - 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.

atau parsial menunjukkan nilai yang signifikan pengaruh *video review skincare ms glow* (X) terhadap minat beli masyarakat (Y) adalah $0,026 < 0,05$. Terdapat pengaruh yang kuat antara pengaruh *video review skincare ms glow* (X) terhadap minat beli masyarakat (Y). perbedaan dari penelitian ini adalah subjek dan objek penelitian sedangkan persamaannya metode yang digunakan dan pembahasannya yaitu sama-sama membahas mengenai pengaruh.

9. Penelitian oleh Riska Cahyaningtyas dan Tri Indra Wijaksana yang berjudul **“Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing Pada Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening by Felicya Angelista”** penelitian ini membahas pengaruh dari review produk dan konten *marketing* pada platform aplikasi tiktok terhadap keputusan pembelian produk *scarlett whitening by felicya angelista*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini pada hasil uji t (parsial)menghasilkan pengaruh pada *review* produk terhadap keputusan pembelian produk *scarlett whitening by felicya angelista*. Lalu secara parsial, konten *marketing* pada tiktok terhadap keputusan pembelian produk *scarlett whitening by felicya angelista* juga berpengaruh. Kemudian pada uji hipotesis secara simultan (uji-f) *review* produk dan konten *marketing* pada tiktok berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk *scarlett whitening by felicya angelista*. Perbedaan dari penelitian ini ada pada subjek dan objek penelitian serta ada dua variabel X serta aplikasi penelitian yang digunakan. sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama sama membahas pengaruh *review* dan metode serta pendekatan yang sama digunakan.
10. Peneliti oleh Sovia Diva Widiarti, Ratu Nadya Wahyuningratna dan Lukman Saleh Waluyo dengan judul **“Pengaruh Online Review Dalam Kanal Youtube Female Daily Network Terhadap Minat Beli Produk Skincare Oleh Remaja Perempuan”** penelitian ini mengenai pengaruh dari *online*



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 masalah.
- 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

review dalam kanal youtube female daily network terhadap minat beli produk *skincare* oleh remaja perempuan. Penelitian ini menggunakan kuantitatif dan menggunakan teori respon kognitif. Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan melalui uji koefisien determinasi di dapatkan bahwa online review dalam kanal youtube *female daily network* memiliki korelasi terhadap minat beli produk *skincare* oleh remaja perempuan sebesar 71.4%. pada hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang cukup besar dan signifikan antara online *review* dalam kanal youtube *female daily network* terhadap minat beli produk *skincare* oleh remaja perempuan. Perbedaan dari penelitian ini adalah dari subjek dan objek penelitian serta teori yang digunakan. Sedangkan persamaan dari penelitian ini yaitu pembahasan mengenai pengaruh dari suatu channel dalam *platform* youtube terhadap minat beli serta metode yang digunakan.

2. Landasan Teori

Landasan Teori merupakan dasar konseptual atau pengetahuan yang mendukung pemahaman dan analisis terhadap fenomena yang di teliti. Adapun landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1.1. Teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R)

A. Defenisi Teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R)

Teori *Stimulus Organism Response* atau di singkat *S-O-R*. Asal-usul teori ini terletak pada bidang psikologi dan kemudian berkembang menjadi teori komunikasi karena adanya kesamaan dalam objek material antara psikologi dan ilmu komunikasi. Kesamaan tersebut terletak pada fokus pada manusia, yang melibatkan aspek-aspek seperti sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. (Silva and Atnan, 2019)

Menurut Effendy, efek yang muncul dari respons terhadap stimulus adalah reaksi yang khusus terhadap stimulus khusus. Sehingga, seseorang dapat mengantisipasi dan memprediksi kesesuaian antara pesan dan respons komunikasi. Terdapat tiga unsur dalam model ini yaitu,



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 masalah.
 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
- a) Pesan (*S* atau *Stimulus*)
 - b) Komunikan (*O* atau *Organism*)
 - c) Efek (*R* atau *Response*)

Stimulus atau pesan yang diberikan kepada komunikan bisa diterima atau ditolak. Terjadinya komunikasi tergantung pada adanya perhatian dari komunikan. Tahap selanjutnya melibatkan pemahaman oleh komunikan. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan langkah-langkah berikutnya. Setelah komunikan memproses dan menerima pesan tersebut, muncul kesediaan untuk mengubah sikap.

Teori ini termasuk dalam kategori teori komunikasi dua arah antara pengirim pesan dan penerima pesan. Dalam kerangka teori ini, komunikator mampu menyampaikan pesan (*stimulus*) melalui media kepada komunikan (*organism*). Setelah menerima pesan, komunikan dapat mengevaluasi isi pesan dan memberikan umpan balik. Dampak yang timbul dapat berupa respons terhadap pesan yang diterima. Respon dalam menerima pesan bervariasi di antara individu yang menerimanya. Oleh karena itu, setiap individu dapat mengantisipasi dan memprediksi kesesuaian antara pesan dan respons komunikan. (Silva and Atnan, 2019)

B. Asumsi Teori Stimulus Organism Respon (S-O-R)

Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi reaksi artinya model ini mengasumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif. Misalnya jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum, ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palingan muka maka ini merupakan reaksi negatif. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya teori ini mengasumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat nonverbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu (Samsu, 2021).

Adapun keterkaitan S-O-R dalam penelitian ini adalah:

- **Stimulus (S) - Konten Review YouTube GadgetIn:**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam konteks ini, stimulus adalah konten *review* yang disajikan oleh Channel YouTube GadgetIn. Konten *review* ini berisi informasi, penilaian, dan pengenalan produk *smartphone* yang memberikan rangsangan kepada para penonton, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 di UIN Suska Riau.

• **Organism (O) - Mahasiswa Ilmu Komunikasi:**

Organisme dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 di UIN Suska Riau. Proses internal yang terjadi pada organisme mencakup bagaimana mahasiswa tersebut memproses informasi yang diberikan oleh konten *review* seperti yang berminat atau pernah melakukan pembelian setelah menonton konten *review* channel youtube GadgetIn

• **Response (R) - Minat Beli Smartphone:**

Respons yang diukur dalam penelitian ini adalah minat beli *smartphone*. Ini mencakup sejauh mana konten *review* GadgetIn mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk membeli *smartphone* yang diulas. Respons yang dimaksud adalah keputusan pembelian *smartphone* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 di UIN Suska Riau.

1.2. New Media

New Media (media baru) adalah istilah yang merujuk pada segala bentuk media komunikasi yang berlatar belakang teknologi komunikasi dan informasi. Contoh dari media yang memperkenalkan dirinya sebagai media baru adalah *Internet*. Sebaliknya, film, program televisi, majalah, buku, surat kabar, dan jenis media lainnya dianggap bukan sebagai bentuk media baru. Istilah media baru digunakan sejak tahun 1960 dan sejak saat itu telah mencakup berbagai teknologi komunikasi yang terus berkembang dan beragam (Ramdhini and Fatoni, 2020).

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu. New Media merupakan media yang

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 masalah.
 - 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.



menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter, fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Putri, 2014).

McQuail membuat pengelompokan media baru menjadi empat kategori: pertama, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telepon, handphone, email. Kedua, media bermain interaktif seperti computer, video game, permainan dalam internet. Ketiga, media pencarian informasi yang berupa portal/search engine. Keempat, media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan pertukaran informasi, pendapat, pengalaman dan menjalin melalui computer dimana penggunaannya tidak semata-mata untuk alat namun juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional (Kurmia, 2005).

1.3. Youtube

Youtube sebagai salah satu platform audio visual yang telah lama di sorot masyarakat. Kemudahan dalam mengakses dan bergamnya konten yang tersedia membuat Youtube menjadi alternatif menarik bagi generasi muda yang merasa bosan dengan tontonan televisi. Salah satu jenis konten yang populer di Youtube belakangan ini adalah *Video Blog* atau yang biasa dikenal dengan *Vlog*. *Vlog* merupakan jenis konten yang disajikan secara menarik dan dapat mengangkat topik mulai dari hiburan, sosial, pendidikan, kesehatan, kecantikan, hingga konten komersil.

Konten promosi berisikan *Review* atau pengenalan produk dari perusahaan yang menggunakan jasa promosi melalui Youtube. Pemilihan Youtube sebagai platform utama oleh pengguna usia muda telah memunculkan beberapa tren baru dalam masyarakat. Salah satu tren yang paling mencolok adalah konten-konten yang berfokus pada *Review* produk. Meskipun banyak yang menyebutnya sebagai konten komersil, namun perlu dicatat bahwa konten tersebut berbeda dengan iklan. Dalam konten tersebut para *Youtuber* tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga memberikan pengalaman dan pendapat pribadi mereka terhadap produk tersebut kepada penonton channel Youtube mereka. (Agustiara, Okatini and Jumhur, 2019)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Terdapat karakteristik dari youtube yang membuat banyak dari sebagian pengguna betah menggunakannya. Berdasarkan hasil wawancara informasi dan penelitian yang dilakukan, penulis mengelompokkannya menjadi lima bagian (Fatty, Muh. and Amir, 2016).

- 1) Tidak ada batasan durasi untuk mengunduh video. Hal ini membedakan YouTube dengan beberapa program lain yang memiliki batas durasi minimal, seperti Instagram, Snapchat, dan sebagainya.
- 2) Sistem keamanan yang mulai akurat. YouTube membatasi keamanannya dengan melarang video sara, konten ilegal, dan pertanyaan verifikasi sebelum mengunggah video.
- 3) Berbayar. Saat ini seperti yang menjadi viral dimana-dimana, YouTube memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke youtube dan mendapatkan minimal 1000 viewers atau penonton maka akan diberikan honorarium.
- 4) Sistem Offline. YouTube mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya pada saat offline. Sistem ini memudahkan para pengguna untuk menonton videonya pada saat offline tetapi sebelumnya videonya harus didownload terlebih dahulu.

1.4. Konten Review

Konten *review* berisi tentang penjelasan dari penilaian suatu produk atau jasa yang di publikasikan dan di klarifikasi oleh siapa saja, berdasarkan pengalaman seorang pengguna yang dapat dijadikan sebagai referensi untuk calon pengguna. Adanya kemajuan teknologi, pengambilan keputusan saat ini tidak lagi bergantung pada iklan melainkan para konsumen terpengaruhi pendapat ulasan online.(Aprilia, Desi and Purnomo, 2023b) Dapat di defenisikan, video ulasan atau *Review* adalah penilaian suatu produk yang disampaikan dalam bentuk format video yang penilaian ini didasarkan pada pengalaman pengguna.

Adanya *public figure* dalam mempromosikan atau mereview produk, hal ini menjadi opsi alternatif untuk menarik perhatian penonton dan berdampak pada minat beli. Di tengah persaingan antar merek atau brand seperti yang terjadi saat ini, pemanfaatan *public figure* menjadi strategi pemasaran yang berhasil dan



efektif secara global dan dianggap lebih persuasif. Hal ini terjadi karena masyarakat umumnya memiliki kecenderungan untuk mengikuti preferensi yang digunakan oleh figur idolanya. Selain itu daya tari, popularitas, citra dan performa mampu menarik perhatian masyarakat untuk menyaksikan *review* mereka yang pada akhirnya dapat meningkatkan minat beli. Proses memilih *public figure* di pertimbangkan dengan berbagai factor, termasuk tingkat popularitas dan kesesuaian antara *public figure* seperti visi, misi serta karakteristik dari produk. Penggunaan tren *public figure* dalam membuat konten *review* tidak hanya di manfaatkan oleh produsen, tetapi juga di manfaatkan oleh para youtuber untuk menciptakan ulasan yang menjelaskan pengalaman dan pendapat mereka saat menggunakan produk tersebut.

Dalam sebuah konten *review*, terdapat beberapa unsur yang perlu ada agar tayangan tersebut dianggap sebagai penilaian yang komprehensif, yaitu:

1. *Orientasi* yaitu pemaparan produk secara umum atau menjelaskan secara singkat mengenai produk yang akan di *review*
2. *Tafsiran* yaitu pemaparan rinci mengenai produk yang akan di *review* yang mencakup informasi seperti keunggulan dan keunikan dari sebuah produk di bandingkan dengan merek lainnya.
3. *Evaluasi* yaitu bagaimana prespektif dari *content creator* mengenai aspek-aspek yang di anggap memiliki nilai (kelebihan) atau kurang memiliki nilai (kekurangan) dari produk yang akan di *review*
4. *Rangkuman* yaitu kesimpulan dari interpretasi yang dilakukan *content creator* dan mencakup pandangan apakah produk tersebut di rekomendasikan atau tidak menurut pandangan mereka. (Faza, 2020)

1.5. Minat Beli

Minat beli adalah sebuah perasaan untuk membeli oleh konsumen yang timbul setelah konsumen melakukan kegiatan pra-pembelian. Kegiatan prapembelian bisa berbentuk konsumen mencari tahu apa kebutuhannya serta produk yang bisa memadai kebutuhan konsumen tersebut. (Abdul Kohar Septyadi, Salamah and Nujiyatillah, 2022)

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 masalah.

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

© Paksiin temnik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Alarif Kasim 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

Menurut Kotler & Keller ada 5 tahap proses pengambilan keputusan yang di deskripsikan sebagai berikut:

1. *Problem Recognition* yaitu tahap yang menjelaskan bagaimana konsumen mengidentifikasi keinginan dan kebutuhannya, memahami antara keduanya dan menentukan solusi yang sesuai atas permasalahan yang di hadapi.
2. *Information Research* yaitu tahap yang menggambarkan bagaimana konsumen menggali informasi mengenai kualitas suatu produk dan kesesuaian produk, dengan masalah yang di hadapi secara internal (berdasarkan riset pribadi) maupun eksternal (berdasarkan pengalaman orang lain).
3. *Evaluation Of Alternatives* pada tahapan ini, konsumen melakukan evaluasi untuk menentukan sejauh mana manfaat dan kualitas dari produk merk A dan B serta opsi lainnya, sesuai dengan permasalahan yang ada.
4. *Purchase* pada tahap ini, konsumen telah menetapkan keputusannya untuk memilih suatu merk dan melakukan pembelian produk tersebut.
5. *Postpurchase Decision* tahap ini konsumen melakukan evaluasi terhadap produk yang di beli. Proses evaluasi ini memiliki potensi untuk membangun loyalitas pelanggan terhadap produk tersebut. (Aprilia, Desi and Purnomo, 2023b)

Menurut Ferdinand, ada empat indikator dalam minat beli sebagai berikut:

1. Minat Transaksional, Kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian produk.
2. Minat Referensial, Kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.
3. Minat Preferensial, Minat yang mencerminkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama terhadap suatu produk. Preferensi ini hanya dapat berubah jika terjadi sesuatu dengan produk yang menjadi pilihan utamanya.

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 masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



4. Minat Eksploratif, Minat ini mencerminkan perilaku seseorang yang secara konsisten mencari informasi tentang produk yang menarik minatnya, serta berusaha mendapatkan informasi yang dapat mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. (Kurniawan, 2020)

3. Konseptual dan Operasional

Tabel 2. 1 Konseptual Operasional

Variabel	Defenisi	Indikator	Instrumen
Pengaruh Konten Review Channel Youtube GadgetIn (X)	Konten <i>review</i> berisi tentang penjelasan dari penilaian suatu produk atau jasa yang di publikasikan dan di klarifikasi oleh siapa saja, berdasarkan pengalaman seorang pengguna yang dapat dijadikan sebagai referensi untuk calon pengguna. (Aprilia, Desi, and Purnomo 2023)	Orientasi pemaparan produk secara umum atau menjelaskan secara singkat mengenai produk yang akan di <i>review</i> (Faza, 2020)	1. Penjelasan dari channel Youtube <i>GadgetIn</i> mengenai <i>review</i> <i>Smartphone</i> sangat menarik
			2. Menurut saya gaya bahasa yang digunakan channel Youtube <i>GadgetIn</i> dalam menjelaskan <i>review</i> <i>Smartphone</i> mudah di mengerti
			3. Channel Youtube <i>GadgetIn</i> menjelaskan terlalu singkat dalam memperkenalkan produk
			4. Saya menyukai konsep video <i>review</i> yang ditampilkan oleh channel Youtube <i>GadgetIn</i>
		Tafsiran	1. Channel Youtube <i>GadgetIn</i> sangat detail dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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 masalah.
- 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.

	yaitu pemaparan rinci mengenai produk yang akan di <i>review</i> yang mencakup informasi seperti keunggulan dan keunikan dari sebuah produk di bandingkan dengan merek lainnya.(Faza, 2020)	mengulas sebuah produk <i>Smartphone</i>
		2. Saya merasa channel Youtube <i>GadgetIn</i> mampu mengulas keunikan dan keunggulan <i>smartphone</i> secara detail
		3. Dalam menjelaskan ulasan produk, channel Youtube <i>GadgetIn</i> terkesan ambigu dalam menjelaskan
		4. Channel Youtube <i>GadgetIn</i> dalam mendeskripsikan sebuah produk kurang <i>To The Point</i>
	Evaluasi yaitu bagaimana prespektif dari <i>content creator</i> mengenai aspek-aspek yang di anggap memiliki nilai (kelebihan) atau kurang memiliki nilai (kekurangan) dari produk yang akan di <i>review</i> .(Faza,	1. Pendapat yang diberikan oleh Channel Youtube <i>GadgetIn</i> sangat bermanfaat
		2. Channel Youtube <i>GadgetIn</i> dapat dipercaya dalam melakukan <i>Review</i> sebuah produk <i>Smartphone</i>
		3. Pendapat Channel Youtube <i>GadgetIn</i> yang di <i>Review</i> dapat dimengerti dan diterima dengan baik
		4. Saya merasa Channel

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 masalah.
 - 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.

	2020)	Youtube <i>GadgetIn</i> kurang lama dalam menjelaskan sebuah produk sehingga kurang rinci dalam <i>Review</i> produk
	<p>Rangkuman</p> <p><i>Rangkuman</i> yaitu kesimpulan dari interpretasi yang dilakukan <i>content creator</i> dan mencakup pandangan apakah produk tersebut di rekomendasikan atau tidak menurut pandangan mereka.(Faza, 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesimpulan yang dijelaskan oleh Channel Youtube <i>GadgetIn</i> membantu saya dalam menilai sebuah produk <i>Smartphone</i> sebelum melakukan pembelian 2. Menurut saya Channel Youtube <i>GadgetIn</i> berpengalaman dalam menggunakan <i>Smartphone</i> 3. Setelah menonton Channel Youtube <i>GadgetIn</i> saya merasa bahwa channel ini memiliki keunikan tersendiri dalam menjelaskan sebuah produk 4. Saya merasa ragu dengan apa yang dikatakan oleh Channel Youtube <i>GadgetIn</i> dalam <i>Review</i> produk



Minat Beli Smartphone di kalangan Mahasiswa Komunikasi UIN Suska Riau (Y)

Minat beli adalah sebuah perasaan untuk membeli oleh konsumen yang timbul setelah konsumen melakukan kegiatan pra-pembelian. Kegiatan prapembelian bisa berbentuk konsumen mencari tahu apa kebutuhannya serta produk yang bisa memadai kebutuhan konsumen tersebut.

Minat Transaksional
Kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian produk. (Faza, 2020)

Minat Referensial
Kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. (Faza,

- Setelah menonton Channel Youtube *GadgetIn* saya tertarik untuk mencoba dan membeli *smartphone* yang di *Review*
- Saya lebih senang melihat Konten *review smartphone* dari channel *GadgetIn* dari pada channel lainnya
- Saya merasa nyaman dengan *smartphone* yang saya gunakan saat ini dan belum ada keinginan untuk menggantinya dengan model baru.
- Saya menonton channel *GadgetIn* hanya karena penasaran dengan model baru dari sebuah produk *smartphone*
- Setelah menonton konten *review* dari channel youtube *GadgetIn*, saya ingin merekomendasikan kepada teman terdekat saya
- Smartphone* yang di *review* oleh channel *GadgetIn*

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

	2020)	adalah <i>smartphone</i> yang saya rekomendasikan kepada keluarga.
		3. Produk yang di <i>review</i> oleh <i>GadgetIn</i> hanya cocok untuk kaum anak muda
		4. Saya enggan membagikan video konten <i>review</i> channel youtube <i>GadgetIn</i>
	<p>Minat Preferensial</p> <p>Minat yang mencerminkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama terhadap suatu produk. Preferensi ini hanya dapat berubah jika terjadi sesuatu dengan produk yang menjadi pilihan utamanya.(Faza, 2020)</p>	<p>1. Setelah menonton konten <i>review GadgetIn</i> saya tertarik mengganti <i>smartphone</i> yang saya gunakan dengan <i>smartphone</i> yang di <i>review</i></p> <p>2. <i>Smartphone</i> yang di <i>review</i> oleh channel youtube <i>GadgetIn</i> saya yakini berkualitas bagus.</p> <p>3. Saya sekedar iseng menonton channel youtube <i>GadgetIn</i></p> <p>4. Saya tidak mempunyai target yang pasti untuk membeli <i>smartphone</i></p>
	<p>Minat Eksploratif</p> <p>Minat ini</p>	1) Saya akan mencari dan mengumpulkan informasi sebelum membeli

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

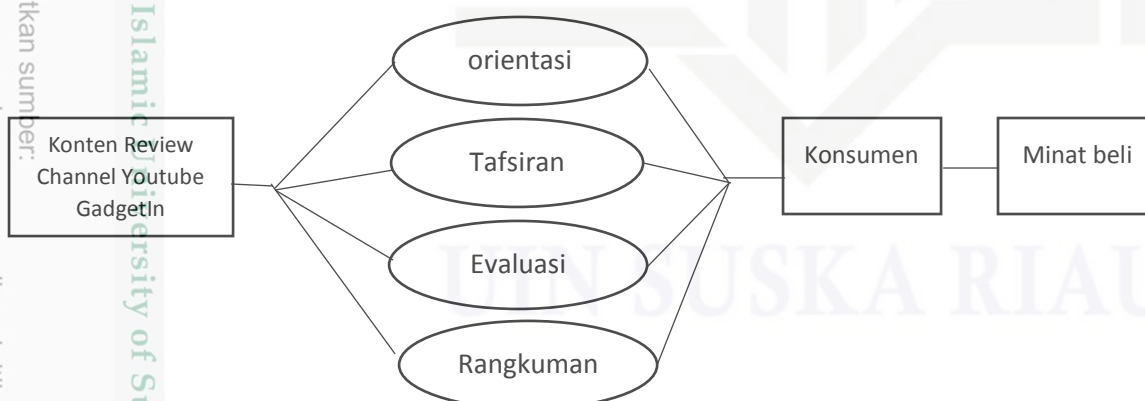
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 masalah.
 - 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.

	mencerminkan perilaku seseorang yang secara konsisten mencari informasi tentang produk yang menarik minatnya, serta berusaha mendapatkan informasi yang dapat mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut (Faza, 2020)	<i>smartphone</i>
		2) Saya telah mempelajari detail <i>smartphone</i> sebelum saya melakukan pembelian <i>smartphone</i>
		3) Menurut saya penjelasan produk dari channel youtube <i>GadgetIn</i> sudah sangat cukup
		4) Saya merasa puas dengan informasi yang diberikan oleh channel youtube <i>GadgetIn</i>

Sumber Data : Olahan Data Peneliti

4. Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1

Sumber Data : Olahan Data Peneliti



5. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan atau asumsi yang diajukan dalam konteks suatu permasalahan penelitian, namun kebenarannya masih belum pasti atau belum terbukti secara kuat, sehingga perlu diuji secara empiris. (Yuliawan, 2021)

H_0 : Konten *Review* Channel Youtube *GadgetIn* Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Beli *Smartphone* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2020 UIN Suska Riau.

H_a : Konten *Review* Channel Youtube *GadgetIn* Berpengaruh Terhadap Minat Beli *Smartphone* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2020 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 masalah.
 - 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

METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif Deskriptif. Yang dimana data peneliti berisi angka-angka dan analisi yang menggunakan metode statistik (Aini and Nanda, 2020) Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan penjelasan yang lebih terperinci mengenai suatu gejala atau fenomena. (Priyono, 2008) Metode kuantitatif adalah hal-hal yang dapat diamati, baik sebagian (sampel) maupun secara keseluruhan (populasi). Data yang dikumpulkan dari objek tersebut berbentuk angka, yang selanjutnya dianalisis menggunakan perhitungan statistika. Hasil analisis statistik ini digunakan untuk mendeskripsikan objek penelitian, yang dapat disajikan dalam bentuk tabel atau grafik. (Sutisna, 2020)

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini akan dilakukan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini akan dilakukan pada Mei awal sampai dengan akhir Mei 2024.

3. Populasi dan Sampel

3.1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian, yang dapat mencakup manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik khusus dalam suatu penelitian. Tujuan dari adanya populasi adalah untuk memungkinkan kita dalam menentukan ukuran sampel yang diambil dari anggota populasi dan untuk membatasi berlakunya daerah generalisasi. (Purwanza dkk., 2022) Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi konsentrasi *Broadcasting* angkatan 2020, fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau adapun Penjabaran jumlah Mahasiswa/i Ilmu Komunikasi angkatan 2020, sebagai berikut:

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 masalah.
 - 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 3. 1 Jumlah Mahasiswa/i Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting angkatan 2020 Berdasarkan Akademik

Kelas	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Mahasiswi	Total
Public Relations A	7	29	36
Public Relations B	6	26	32
Public Relations C	8	28	36
Public Relations D	13	24	38
Public Relations E	20	17	37
Public Relations F	13	20	33
Public Relations G	15	13	28
Public Relations H	13	19	32
Broadcast I	21	17	38
Broadcast J	19	17	36
Broadcast K	18	19	37
Broadcast L	16	19	35
Broadcast M	18	16	34
Broadcast N	18	20	38
Jurnalistik O	9	19	28
Jurnalistik P	4	24	28
Total	218	327	546

Sumber: Olahan Data Peneliti

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 masalah.
 - 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.

3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling. Penarikan sampel harus dilakukan dengan pertimbangan ilmiah yang terukur dan representatif. Adapun metode pengambilan sample dilakukan dengan metode non probability sampling jenis purposive sampling, yaitu metode yang mencakup orang- orang yang terpilih atas dasar kriteria- kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan risetnya. Karakteristik suatu responden dapat menjadi sampel adalah:

- 1) Mahasiswa/i ilmu komunikasi konsentrasi broadcasting angkatan 2020 UIN Suska Riau.
- 2) Telah menonton video Review channel youtube Gadgetin
- 3) Mahasiswa/i yang berminat atau pernah melakukan pembelian smartphone berdasarkan review channel youtube gadgetin

Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin yaitu:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilak sampel yang dapat di tolerir (1%,2%,5% atau 10%) (Kriyantono, 2006)

Diketahui jumlah mahasiswa broadcasting angkatan 2020 berjumlah 218 orang, maka:

$$n = \frac{218}{1 + 218 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{218}{1 + 218 (0,01)}$$



$$n = \frac{218}{1 + 2,18}$$

$$n = \frac{218}{3,18}$$

$$n = 68,55$$

Hasil dari n adalah 68,55 maka dibulatkan menjadi 69.

Berdasarkan rumus slovin, terdapat sampel dari jumlah populasi 218 orang sebanyak 69 orang.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah

4.1. Kuisisioner (angket)

Angket adalah sebuah instrumen pengumpul data yang terdiri dari sejumlah pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk memperoleh jawaban dari mereka. Kuesioner atau angket adalah metode pengumpulan data yang tidak memerlukan kehadiran langsung dari sumber data..(Supriadi, Sani and Setiawan, 2020)

5. Uji Validitas dan Reabilitas

5.1. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi apakah instrumen pengukuran yang digunakan dapat dengan tepat mengukur nilai dari variabel yang dimaksud, dan bukan mengukur variabel lain.(Purwanza dkk., 2022) Dalam penelitian ini, untuk menguji validitas peneliti akan menggunakan software SPSS. Uji validitas diperoleh dengan cara mengkolerasikan setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi di bandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05%. Alat ukur dapat dikatakan valid jika taraf signifikan 0,05% dapat terpenuhi. Berikut adalah kriteria pengujian validitas:

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 masalah.
 - 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. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Salah satu cara untuk menguji Validitas ialah dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini dimana n ialah jumlah sampel, diketahui $n=69$ jadi $69-2 = 67$. Sehingga dalam penelitian ini besarnya 0.2369 (α /nilai koefisien = 5%). Adapun hasil uji validitas dari penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

	Item	R hitung	Sig	R tabel	Keterangan
Konten Review Channel Youtube Gadgetin (Variabel X)	X1	0,585	0,000	0.2369	Valid
	X2	0,448	0,000	0.2369	Valid
	X3	0,464	0,000	0.2369	Valid
	X4	0,603	0,000	0.2369	Valid
	X5	0,496	0,000	0.2369	Valid
	X6	0,502	0,000	0.2369	Valid
	X7	0,461	0,000	0.2369	Valid
	X8	0,492	0,000	0.2369	Valid
	X9	0,603	0,000	0.2369	Valid
	X10	0,644	0,000	0.2369	Valid
	X11	0,481	0,000	0.2369	Valid
	X12	0,417	0,000	0.2369	Valid
	X13	0,490	0,000	0.2369	Valid
	X14	0,558	0,000	0.2369	Valid
	X15	0,632	0,000	0.2369	Valid
	X16	0,351	0,000	0.2369	Valid

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 masalah.
 - 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.

	Item	R hitung	Sig	R tabel	Keterangan
Minat Beli Smartphone Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Uin Suska Riau (Variabel Y)	Y1	0,602	0,000	0.2369	Valid
	Y2	0,627	0,000	0.2369	Valid
	Y3	0,461	0,000	0.2369	Valid
	Y4	0,490	0,000	0.2369	Valid
	Y5	0,535	0,000	0.2369	Valid
	Y6	0,541	0,000	0.2369	Valid
	Y7	0,330	0,006	0.2369	Valid
	Y8	0,261	0,030	0.2369	Valid
	Y9	0,495	0,000	0.2369	Valid
	Y10	0,496	0,000	0.2369	Valid
	Y11	0,330	0,006	0.2369	Valid
	Y12	0,297	0,013	0.2369	Valid
	Y13	0,516	0,000	0.2369	Valid
	Y14	0,452	0,000	0.2369	Valid
	Y15	0,677	0,000	0.2369	Valid
	Y16	0,584	0,000	0.2369	Valid

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024

Dari tabel 3.2 diatas, diketahui bahwa ada masing-masing 16 pertanyaan untuk variabel X dan variabel Y, dari masing-masing pertanyaan memiliki nilai *rhitung* lebih besar dari nilai *rtabel* yaitu 0.2369 sehingga semua pertanyaan bias dikatakan Valid untuk melanjutkan pengumpulan data dilapangan.

5.2. Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata "reliable," yang mengindikasikan tingkat kepercayaan. Reliabilitas sering diartikan sebagai konsistensi, ketepatan, kestabilan, dan keandalan. Sebuah instrumen penelitian dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika hasil tes yang diberikan oleh instrumen tersebut menunjukkan konsistensi atau keandalan terhadap apa yang diukur. Oleh karena itu berapa kali pun, di mana, atau kapan pun instrumen yang memiliki reliabilitas tersebut digunakan untuk pengumpulan data, hasilnya akan tetap konsisten. (Machali, 2021) Untuk uji reabilitas menggunakan teknik alpha cronbach. Adapun hasil dari perhitungan nilai reliabilitas dengan menggunakan program IBM SPSS Stastistic 27 yitu:

Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Cronbach's alpha	Nilai Batas Alpha	Keterangan
Konten Review Channel Youtube Gadgetin (X)	0,779	0,6	Reliabel
Minat Beli Smartphone (Y)	0,753	0,6	Reliabel

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 3.3 diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel X memiliki nilai sebesar 0,779 yang memiliki korelasi $>0,6$ dan nilai *Cronbach's Alpha* variabel Y memiliki nilai sebesar 0,753 yang memiliki korelasi $>0,6$, yang artinya dapat disimpulkan bahwa instrument atau alat ukur angket reliabel.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap pengolahan data dalam penelitian kuantitatif yang dijadikan dasar untuk menyimpulkan hasil penelitian.

6.1. Analisis Data Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mengevaluasi data dengan cara menjelaskan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa maksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013). Setelah semua data terkumpul melalui angket (kuisinoner), data tersebut akan diolah. Setiap alternatif jawaban dicari persentase jawabannya pada item pertanyaan masing-masing variabel dengan rumus:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Angka Persentase

F = Frekuensi yang dicari

N = Jumlah Frekuensi/Banyaknya Individu (Number of Case)

Setiap jawaban dari angket akan mendapatkan penilaian berdasarkan skala Likert, sebagai berikut;

Tabel 3. 4 Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Bungin, 2017)

Hasil pengolahan data selanjutnya akan di tafsirkan ke dalam klasifikasi sebagai berikut :

Tabel 3. 5 Klasifikasi Hubungan Variabel X dan Y

Kategori	Skor
Angka 0% - 20%	Sangat lemah
Angka 21% - 40%	lemah
Angka 41% - 60%	Cukup
Angka 61% - 80%	Kuat
Angka 81% - 100%	Sangat Kuat

6.2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi dilakukan jika korelasi antara dua variable mempunyai hubungan kausal (sebab akibat) atau hubungan fungsional. regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan sedangkan analisis korelasi bertujuan untuk mencari derajat keeratan hubungan dua variable atau lebih. (Kriyantono, 2006)

Jika terdapat data dari dua variable riset yang sudah diketahui yang mana variable bebas X dan yang mana variable terikat Y sedangkan nilai-nilai Y lainnya dapat dihitung atau di prediksi berdasarkan suatu nilai X tertentu.

Untuk mencari hubungan variabel predictor terhadap variabel kriteriumnya pada regresi linear, data yang sudah dikategorikan kemudian dimasukkan kedalam rumus regresi linear sederhana. Persamaan regresi linear sederhana yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y variable tidak bebas

X variable bebas

a = nilai konstan atau harga X=0

b = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variable dependen yang didasarkan pada variable independen. Bila b (-) maka terjadi penurunan dan jika b (+) maka terjadi peningkatan. (Kriyantono, 2006)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Himpunan Pelajar, Pengajar dan Staf UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 masalah.
 - 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 DAN LOKASI PENELITIAN

1. Gambaran Umum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

1.1. Sejarah UIN Suska Riau

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN Suska) Riau dalam bahasa Arab adalah *رياو ميثلحكووا الإسلامية قاسم شريف السلطان جامعة* dan dalam bahasa Inggris adalah State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau merupakan hasil pengembangan/ peningkatan status pendidikan dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru yang secara resmi dikukuhkan berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 2 Tahun 2005 tanggal 4 Januari 2005 tentang Perubahan IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru menjadi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan diresmikan pada 9 Februari 2005 oleh Presiden RI, Bapak Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono sebagai tindak lanjut perubahan status ini, Menteri Agama RI menetapkan Organisasi dan Tata kerja UIN Suska Riau berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tanggal 4 April 2005.

Institut Agama Islam Negeri Sulthan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru sebagai cikal bakal UIN Suska Riau, didirikan pada tanggal 16 September 1970 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 194 Tahun 1970. Institut ini diresmikan berdirinya oleh Menteri Agama Republik Indonesia K.H. Ahmad Dahlan pada tanggal 16 September 1970 berupa penandatanganan piagam dan pelantikan Rektor yang pertama, Prof. H. Ilyas Muhammad Ali.

IAIN Susqa ini pada mulanya berasal dari beberapa Fakultas dari Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta yang kemudian dinegerikan, yaitu Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Riau di Pekanbaru, Fakultas Syariah Universitas Islam Riau di Tembilahan, dan Fakultas Ushuluddin Mesjid Agung An-Nur Pekanbaru.

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 masalah.
 - 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 masalah.
 - 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.

Dengan persetujuan Pemerintah Daerah, maka Institut Agama Islam Negeri Pekanbaru ini diberi nama dengan Sulthan Syarif Qasim, yaitu nama Sulthan Kerajaan Siak Sri Indrapura ke-12 atau terakhir, yang juga nama pejuang nasional asal Riau. Pengambilan nama ini mengingat jasa-jasa dan pengabdian beliau terhadap negeri, termasuk di bidang pendidikan.

IAIN Susqa Pekanbaru ini mengambil tempat kuliah pada mulanya di bekas sekolah Cina di Jl. Cempaka, sekarang bernama Jl. Teratai, kemudian dipindahkan ke masjid Agung An-Nur. Lalu pada tahun 1973, barulah IAIN Susqa menempati kampus Jl. Pelajar (Jl. K.H. Ahmad Dahlan sekarang). Bangunan pertama seluas 840 m² yang terletak di atas tanah berukuran 3,65 Ha dibiayai sepenuhnya oleh Pemerintah Daerah dan diresmikan penggunaannya oleh Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Riau, Arifin Achmad, pada tanggal 19 Juni 1973.

Ketika didirikan, IAIN Susqa hanya terdiri atas tiga Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, dan Fakultas Ushuluddin. Namun sejak tahun 1998, IAIN Susqa mengembangkan diri dengan membuka Fakultas Dakwah. Fakultas ini didirikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 104 Tahun 1998 tanggal 24 Pebruari 1998. Fakultas ini pada mulanya berasal dari Jurusan Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin. Pada tahun 1997 telah berdiri pula Program Pascasarjana/PPs IAIN SUSQA Pekanbaru.

Keinginan untuk memperluas bidang kajian di IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru muncul melalui Seminar Cendikiawan Muslim (1985), Seminar Budaya Kerja dalam Perspektif Islam (1987), dan dialog ulama serta cendikiawan se-Propinsi Riau. Tiga tahun berturut-turut (1996, 1997, 1998) melahirkan rekomendasi: Agar IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru membuka program studi baru (umum). Melalui keputusan rapat senat IAIN Susqa tanggal 9 September 1998 yang menetapkan perubahan status IAIN Susqa menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, maka dilakukan persiapan secara bertahap. Mulai pada tahun akademik



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 masalah.
 - 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

1998/1999 telah dibuka beberapa program studi umum pada beberapa fakultas, seperti program studi Psikologi pada Fakultas Tarbiyah, program studi Manajemen dan Manajemen Perusahaan pada Fakultas Syari'ah, dan program studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah. Pada tahun akademik 1999/2000 IAIN Suska telah pula membuka Program Studi Teknik Informatika. Satu tahun kemudian, tepatnya tahun akademik 2000/2001, dibuka pula Program Studi Teknik Industri. Kedua program studi terakhir ini untuk sementara ditempatkan di bawah administrasi Fakultas Dakwah.

Pada tahun akademik 2002/2003 program studi umum yang ada pada fakultas diatas dan ditambah beberapa program studi baru, ditingkatkan menjadi fakultas yang berdiri sendiri. Fakultas-fakultas tersebut adalah Fakultas Sains dan Teknologi dengan Jurusan/Program Studi Teknik Informatika, Teknik Industri, Sistem Informasi, dan Matematika; Fakultas Psikologi dengan Jurusan/Program Studi Psikologi; Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dengan Program Studi Manajemen, Akuntansi dan Manajemen Perusahaan Diploma III; dan Fakultas Peternakan dengan Program Studi Ilmu Ternak dengan konsentrasi Teknologi Produksi Ternak, Teknologi Hasil Ternak dan Teknologi Pakan dan Nutrisi.

Dengan demikian, pada tahun akademik 2002/2003, IAIN Susqa sebagai persiapan UIN Suska Riau telah mempunyai 8 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Peternakan.

Peningkatan status IAIN menjadi UIN dimaksudkan untuk menghasilkan sarjana muslim yang mampu menguasai, mengembangkan, dan menerapkan ilmu ke-Islaman, ilmu pengetahuan dan teknologi secara integral, sekaligus menghilangkan pandangan dikhotomi antara ilmu keislaman dan ilmu umum.

State Islamic University of 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 suatu masalah.
 - 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.

Pengembangan UIN Suska tidak hanya dilakukan pada bidang akademik semata, seperti melalui pembukaan fakultas-fakultas dan program-program studi baru, tapi juga diarahkan pada pengembangan di bidang fisik, sarana, dan prasarana. Dewasa ini UIN Suska telah mempunyai lahan kampus seluas 84,15 Ha yang terdiri atas 3,65 Ha di Jl. K.H. Ahmad Dahlan dan 80,50 Ha di Km. 15 Jl. Soebrantas Simpangbaru Panam Pekanbaru.

Lahan kampus di Km 15 Jl. H.R. Soebrantas tersebut dibebaskan pada tahun 1981/1982 mulanya seluas 60 Ha dan diperluas pada tahun 2003-2006 menjadi 80,50 Ha. Pada tahun 1995/1996 pembangunan fisik di lahan ini telah dimulai dan telah berhasil membangun gedung seluas 5.760 m² untuk 70 lokal ruang kuliah.

Sesuai dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau dan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 56 Tahun 2006 tentang Perubahan atas PMA RI No. 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau, maka UIN Suska Riau memiliki 8 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, dan Fakultas Pertanian dan Peternakan (*Sejarah Ringkas Universitas*, 2024).

1.1.1. Visi dan Misi UIN Suska Riau

Visi UIN Suska Riau;

“Terwujudnya UIN Suska Riau sebagai perguruan tinggi Islam yang gemilang dan terbilang dalam mengembangkan ilmu keIslaman, sains, teknologi dan atau seni secara integratif di kawasan Asia pada Tahun 2025”



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 masalah.
 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 of Sultan Syarif Kasim Riau

Misi UIN Suska Riau;

- Menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran berbasis integrasi ilmu, teknologi dan atau seni dengan Islam untuk menghasilkan sumber daya manusia yang saleh, moderat, cerdas dan berkualitas secara akademik
- Menyelenggarakan penelitian dan pengkajian yang inovatif dan tepat guna dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni yang terintegrasi dengan Islam
- Menyelenggarakan pengabdian berbasis integrasi ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni dengan Islam yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan
- Menyelenggarakan tata kelola universitas yang baik (*good university govermance*) serta adaptif dengan sistem dan teknologi

1.1.2. Karakteristik

- Pengembangan paradigma ilmu yang memberi penekanan pada rasa iman dan tauhid (belief affection).
- Pengembangan berbagai cabang ilmu pengetahuan dengan pendekatan religius sehingga nilai-nilai Islam menjadi roh bagi setiap cabang ilmu pengetahuan dengan penerapan prinsip Islam dalam Disiplin Ilmu (IDI) sebagai upaya riil mewujudkan integrasi ilmu dengan Islam.
- Penyelenggaraan beberapa disiplin ilmu untuk mencapai standar kompetensi ilmu-ilmu keislaman yang memperkuat domain akidah, ibadah, muamalah dan akhlak
- Pembinaan dan pengembangan lingkungan yang madani sesuai dengan nilai-nilai Islam melalui program Ma'had 'Al-jami'ah.
- Perwujudan keunggulan akademik dan profesionalisme yang didasarkan pada moral keagamaan dalam kehidupan kampus.
- Pengembangan studi Regional Islam Asia Tenggara dan Tamaddun Melayu sebagai pusat keunggulan (*center of excellence*)

1.1.3. Tujuan

- Menghasilkan lulusan yang saleh, moderat, cerdas dan berkualitas secara akademik serta memiliki cara pandang dunia yang Islami (*Islamic worldview*)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Menghasilkan penelitian inovatif, integratif dan tepat guna dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi
- Memberikan pengabdian dan layanan yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan
- Menghasilkan tata kelola yang adaptif dengan sistem dan teknologi berdasarkan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, bertanggungjawab, independensi dan kewajaran.

1.2. Prodi Ilmu Komunikasi

Cikal bakal Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau adalah dari Institut Agama Islam Negeri Suthan Syarif Qasim (IAIN Susqa), didirikan pada tanggal 19 September 1970 berdasarkan surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia no. 194 tahun 1970. Ketika didirikan, IAIN Susqa hanya terdiri dari tiga fakultas, yaitu fakultas Tarbiah, Fakultas Syariah, dan Fakultas Ushuluddin. Namun sejak 1998/1999, IAIN Susqa telah mengembangkan diri dengan membuka Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, meskipun secara yuridis formal baru lahir pada tahun akademik 1998/1999, tetapi secara historis fakultas ini telah berusia hampir seperempat abad, karena embrionya bermula dari jurusan Ilmu Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin IAIN Sulthan Syarif Qasim Riau. Peningkatan status jurusan Ilmu Dakwah menjadi sebuah fakultas tersendiri telah direncanakan sejak lama. Usaha-usaha yang lebih intensif kearah itu telah dimulai sejak tahun akademik 1994/1995. Setahun kemudian yakni 1995/1996, jurusan Ilmu Dakwah dimekarkan menjadi dua jurusan, yaitu jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI). Kedua jurusan tersebut sampai dengan tahun akademik 1997/1998 telah berusia lebih kurang tiga tahun dan telah memiliki mahasiswa sebanyak 211 orang dengan rincian, jurusan PMI 102 orang dan jurusan BPI 109 orang.

Kemudian pada tahun akademik 1996/1997 telah pula dilakukan peninjauan dan konsultasi kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung dalam rangka mempersiapkan dan memperluas jurusan

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 masalah.
 - 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 masalah.
 - 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 of Sultan Syarif Kasim Riau

pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan, yang kemudian menghasilkan kesepakatan kerjasama antara IAIN Susqa Riau dengan Unpad yang direalisasikan dalam bentuk penandatanganan naskah kesepakatan berupa Memorandum of Understanding (MoU) pada bulan Januari 1998 dengan nomor : IN/13/R/HM.01/164/1998 dan 684//706/1998 dan pelaksanaan teknisnya dipercayakan pada fakultas Ushuluddin (pengasuh Ilmu Dakwah) dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung. Sebagai tindak lanjut dari MoU tersebut adalah disepakatinya pembukaan Program Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dan Diploma Tiga (D3) Dakwah dan Ilmu Komunikasi, untuk melengkapi jurusan yang sudah ada (PMI) dan (BPI) pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan.

Untuk mewujudkan pendirian Fakultas Dakwah pada IAIN Susqa Pekanbaru telah dilakukan berbagai upaya perintisan, diantaranya adalah mengupayakan untuk mendapatkan pengukuhan secara yuridis formal dari berbagai pihak terkait seperti Departemen Agama sendiri, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI dan dari Menteri Pendayagunaan Aparat Negara (Menpan) yang hasilnya adalah dikeluarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia tentang pendirian Fakultas Dakwah IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru nomor 104 tahun 1998 tanggal 28 Februari 1998. Dalam pada itu, telah pula dilakukan seminar dan lokakarya (semiloka) tentang penyusunan kurikulum Jurusan Ilmu Komunikasi dan program studi Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Semiloka tersebut dihadiri oleh dua pakar Komunikasi dari Unpad Bandung yaitu Prof. DR. H. Dedi Mulyana, MA dan Drs. Elvinaro Enderianto, M. Si menggantikan Prof. DR. Soleh Soemirat Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad yang berhalangan hadir. Semiloka tersebut berhasil merumuskan kurikulum terpadu antara disiplin Ilmu Komunikasi pada IAIN Susqa Pekanbaru.

Berbekal surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 104 tahun 1998 tersebut, maka secara de jure Fakultas Dakwah IAIN Susqa Pekanbaru telah lahir dan terpisah dari Fakultas Ushulddin, tetapi secara de facto kelahiran itu



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 masalah.
- 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 of Sultan Syarif Kasim Riau

baru terealisasi pada bulan September 1998, dalam acara Stadium General Pembukaan Kuliah tahun Akademik 1998/1999. Dalam kesempatan itu yang bertindak sebagai pembicara adalah Prof. DR. Soleh Soemirat Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

1.2.1. Visi dan Misi Prodi Ilmu Komunikasi

Visi Prodi Ilmu Komunikasi

“Terwujudnya program studi yang unggul, inovatif, dan kolaboratif dalam keilmuan komunikasi di Asia pada tahun 2025”

Misi Prodi Ilmu Komunikasi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran keilmuan komunikasi untuk melahirkan sumber daya manusia yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan global serta memiliki integritas pribadi sebagai sarjana muslim.
2. Menyelenggarakan penelitian berbasis publikasi untuk pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni bidang komunikasi.
3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berbasis keilmuan komunikasi yang bermanfaat bagi kemanusiaan.
4. Menyelenggarakan kerjasama dengan lembaga-lembaga terkait dalam dan luar negeri.
5. Menyelenggarakan tata kelola program studi yang baik (*good department governance*) serta adaptif dengan sistem dan teknologi digital.

1.2.2. Tujuan

1. Menghasilkan lulusan yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan global serta memiliki integritas pribadi sebagai sarjana muslim.
2. Menghasilkan penelitian berbasis publikasi nasional atau internasional dalam bidang ilmu komunikasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

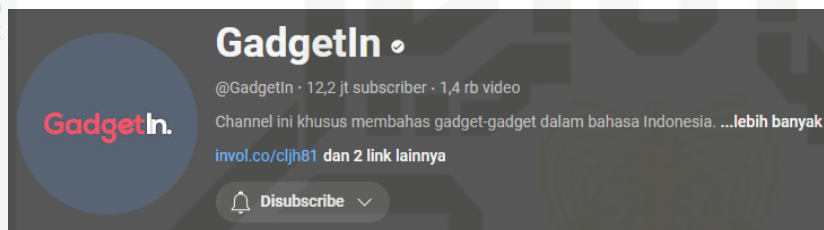
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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

3. Menghasilkan pengabdian kepada masyarakat berbasis keilmuan dakwah dan komunikasi yang bermanfaat bagi kemanusiaan.
4. Menghasilkan kerja sama dengan lembaga-lembaga terkait dalam dan luar negeri.
5. Menghasilkan tata kelola program studi yang baik (*good department governance*) serta adaptif dengan sistem dan teknologi digital (*Profil Ilmu Komunikasi*, 2024)

2. Channel *GadgetIn*

2.1. Profil Channel *GadgetIn*



Gambar 4. 1

GadgetIn adalah sebuah saluran YouTube yang menjadi nomor satu di Indonesia dalam kategori gadget dan teknologi. *GadgetIn* merupakan salah satu kanal YouTube yang membahas informasi mengenai gadget dan teknologi terbaru, yang bergabung pada tahun 2014. David Brendi adalah salah satu kreator konten yang membuat ulasan mengenai gadget terbaru. Nama *GadgetIn* berasal dari singkatan *Gadget Indonesia*, yang memulai debutnya dengan video ulasan handphone Xiaomi Mi 3. Saat ini, *GadgetIn* memiliki 12,2 juta pelanggan dengan 1.482 video dan 2.908.745.357 penayangan per tanggal 16 Mei 2024. (Aini and Nanda, 2020)

Channel YouTube teknologi nomor satu di Indonesia ini didirikan dan dikembangkan oleh seorang pemuda asal Palembang. Pemuda tersebut bernama David Brendi, yang membuat saluran *GadgetIn* pada tahun 2014 saat masih kuliah. Berawal dari memberikan ulasan terhadap ponsel milik teman-temannya dan dengan modal seadanya, David dulu mengerjakan semua pekerjaannya

sendirian. Mulai dari mengambil gambar, mengedit video, hingga mengunggah kontennya, semuanya dilakukan sendiri. Namun, saat ini *GadgetIn* sudah memiliki set yang proper, kamera berkualitas tinggi, serta tim yang mengerjakan setiap video yang ada. (Husaini, 2023)

David Brendi secara konsisten mengunggah video di channel *GadgetIn*. Ia mampu memposting video empat kali dalam seminggu dengan berbagai konten. Misalnya, minggu lalu ia mengunggah video berjudul "*Alasan saya selesai dengan Pixel 3 XL*", "*Akhirnya bagus! Review Samsung Galaxy M20 Indonesia*", "*Kapan nikah?*", dan "*Rp 14.5 Juta! Unboxing Ipad Pro 2018 Indonesia*". David menggunakan produk-produk dari merek *smartphone* yang sudah beredar di Indonesia seperti Samsung, Xiaomi, Vivo, dan lainnya. *Review* yang disampaikan oleh David melalui *GadgetIn* menjadi acuan bagi penonton untuk menentukan apakah produk tersebut layak dibeli atau tidak. (K, 2019)

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 masalah.
 - 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

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini, yaitu bagaimana Pengaruh Konten *Review Channel Youtube GadgetIn* Terhadap Minat Beli *Smartphone* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Uin Suska Riau, dapat disimpulkan bahwa terdapat dilihat dari nilai *Person Correlation* variabel X dan Y memiliki nilai sebesar 0,711 dengan sig-2 tailed adalah 0,000, N = 69 Responden. Dalam tingkat hubungan antara kedua variabel tersebut berhubungan tergolong kuat.

Hasil perhitungan diperoleh dengan nilai a Konstan sebesar 13,025 dan nilai b sebesar 0,734. Berikut adalah rumus regresi linier sederhana $Y = a + bX$. Pada uji koefisien determinasi, terlihat bahwa nilai *R* sebesar 0,711 sedangkan nilai *R-Square* sebesar 0,506 atau dalam persentase 50,6%. Maka kesimpulannya adalah pada penelitian ini terdapat pengaruh Konten *Review Channel Youtube Gadgetin* (X) berkontribusi atas pengaruh signifikan terhadap Minat Beli *Smartphone* (Y) sebesar 50,6%, dan sisanya sebesar 49,4% di pengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil uji Hipotesis menunjukkan hasil t-hitung > dari t-tabel dengan angka $8,276 > 1,996$ yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan kesimpulan terbukti bahwa “adanya Pengaruh Konten *Review Channel Youtube Gadgetin* terhadap Minat Beli *Smartphone* di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UIN Suska Riau.

2. Saran

Setelah menyelesaikan penelitian mengenai Pengaruh Konten *Review Channel Youtube Gadgetin* terhadap Minat Beli *Smartphone* di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UIN Suska Riau. Diharapkan penelitian ini diharapkan menjadi referensi pelengkap untuk penelitian selanjutnya. Adapun kelemahan dalam penelitian ini hanya melibatkan 69

responden, yang mungkin tidak cukup representatif untuk menggambarkan seluruh populasi mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 di UIN Suska Riau. Selain itu kelemahan dalam penelitian ini ialah memiliki batasan dalam jangka waktu, sehingga tidak dapat mengamati perubahan dalam minat beli smartphone dari waktu ke waktu.

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 masalah.
 - 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

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M. and Nujiyatillah, S. (2022) ‘Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi’, *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), pp. 301–313. Available at: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>.
- Affasy, R.D. and Aqida Nuril Salma (2021) ‘Pengaruh Konten Review Beauty Vlogger Tasya Farasya Terhadap Brand Image Kosmetik Madame Gie’, *e-Proceeding of Management*, Vol.8(No.6), pp. 90002–90003.
- Agustiara, R.-, Okatini, M.- and Jumhur, A.A. (2019) ‘Effect of Beauty Vlogger Testimonial (Review) on Consumer Interest (Viewers) on Cosmetic Products’, *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 5(2), p. 149. Available at: <https://doi.org/10.32497/jobs.v5i2.1715>.
- Aini, N. and Nanda, S.E. (2020) ‘Pengaruh Kualitas Informasi Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Youtube Channel “Gadgetin” Terhadap Keputusan Pembelian Gadget’, *Scriptura*, 9(2), pp. 43–50. Available at: <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.43-50>.
- Annur, C.M. (2023) *Pengguna YouTube di Indonesia Peringkat Keempat Terbanyak di Dunia pada Awal 2023, 28 Februari*. Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023>.
- Aprilia, L., Desi, Y.P. and Purnomo, S. (2023a) ‘Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi Pengaruh Konten Review Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Mobil Listrik (Studi Kuantitatif Pada Channel Youtube Fitra Eri , Ridwan Hanif , Dan Oto Driver) The Effect Of Review Content And El’, 7(1).
- Aprilia, L., Desi, Y.P. and Purnomo, S. (2023b) ‘Pengaruh Konten Review dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mobil Listrik (Studi Kuantitatif Pada Channel Youtube Fitra Eri, Ridwan Hanif, dan Oto Driver)’, *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 7(1), pp. 41–56. Available at: <https://doi.org/10.56873/jimik.v7i1.258>.
- Bungin, B. (2017) *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya (Edisi Kedua)*.
- Christian, Y., Herman and Eric (2023) ‘Analisis Pengaruh Ulasan Produk Smartphone Terhadap Niat Pembelian: Studi Kasus Channel Gadgetin Dan Jagat Review’, *Jurnal Ilmiah Betrik*, 14(3), pp. 649–663.
- Danil Prasetyo and Rahayu Surasmi (2023) ‘Pengaruh Konten Review Pada Channel Youtube Gadgetin Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung’, *Bandung Conference Series: Journalism*, 3(3), pp. 233–237. Available at: <https://doi.org/10.29313/bcsj.v3i3.9632>.

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 masalah.

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.

- Dewa, C.B. and Safitri, L.A. (2021) 'Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)', *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), pp. 65–71. Available at: <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>.
- Edwin Kiky Aprianto, N. (2021) 'Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bisnis', *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 2(1), pp. 1–7. Available at: <https://ijabo.a3i.or.id>.
- Fatty, F., Muh., N. and Amir, A.S. (2016) 'YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGIKOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM', *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol.5 No.2.
- Faza, ahmad afin (2020) *pengaruh video ulasan youtube terhadap minat beli konsumen survey pada mahasiswa program studi ilmu komunikasi uin sunan kalijaga yogyakarta yang menjadi viewers channel gadgetin. uin sunan kalijaga.*
- Gunawan, W. (2017) 'Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel “ Kok Bisa ” di YouTube', *E-Komunikasi*, 5(2), pp. 1–10.
- Handayani, R. (2021) 'Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah Di Tengah Pandemi', *Hikmah*, 15(1), pp. 123–138. Available at: <https://doi.org/10.24952/hik.v15i1.3569>.
- Hasanah, M. *et al.* (2022) *Riau 2022*.
- Husaini, M.F. (2023) *GadgetIn, chanel YouTube teknologi nomor 1 di Indonesia! Jangan kaget dengan pendapatannya, 13 Juni.*
- K, E.A. (2019) *Mengulas Youtube Channel 'GadgetIn'.*
- Kriyantono, R. (2006) *TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI.*
- Kurmia, N. (2005) 'Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi', *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), pp. 291–296. Available at: <https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>.
- Kurniawan, G. (2020) *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce.* Available at: <http://repository.stieyapan.ac.id/id/eprint/78/3/.pdf>.
- Machali, I. (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif, Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur.* Available at: [https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode Penelitian Kuantitatif %20Panduan Praktis Merencanakan%2C Melaksa.pdf](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode%20Penelitian%20Kuantitatif%20Panduan%20Praktis%20Merencanakan%20Melaksa.pdf).
- Musthofa, A., Rinaldo, R. and Fardiana, E. (2023) 'Pengaruh Terpaan Chanel Youtube Fitnessfaqs Dan Kredibilitas Sumber Terhadap Kebutuhan

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 masalah.
 - 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.



Informasi Komunitas Baramora Street Workout', *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(02), pp. 125–133. Available at: <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i02.683>.

Paridawati, I., Daulay, M.I. and Amalia, R. (2021) 'Persepsi Orangtua Terhadap Penggunaan Smartphone pada Anak Usia Dini di Desa Indrasakti Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar', *Journal Of Teacher Education*, 2(2), pp. 28–34.

Priyono (2008) 'Metode Penelitian Kuantitatif (Dr. Priyono, M.M.) (Z-Library).pdf', p. 195.

Profil Ilmu Komunikasi (2024). Available at: <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/>.

Purwanza dkk., S.W. (2022) *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi, News.Ge*.

Putri, F.A. (2014) 'Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully Di Media Sosial', *Jurnal Risalah* [Preprint].

Ramdhini, V.C. and Fatoni, A. (2020) 'PENGARUH INTENSITAS MENONTON VIDEO YOUTUBE DAN KREDIBILITAS BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Channel Youtube Suhay Salim Video "Wardah InstaPerfect Review Tutorial Swatches")', *Scriptura*, 10(2), pp. 53–59. Available at: <https://doi.org/10.9744/scriptura.10.2.53-59>.

Samsu, S. (2021) *Metode Penelitian: Teori & Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research and Development*. Edited by M.P.. Dr. Rusmini, S.Ag. Pusaka Jambi.

Sari, S.P. (2020) 'Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen', *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), p. 147. Available at: <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>.

Sejarah Ringkas Universitas (2024). Available at: <https://www.uin-suska.ac.id/sejarah/>.

Silva, C. and Atnan, N. (2019) 'PENGARUH TESTIMONIAL REVIEW BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA BANDUNG (Studi Pada Produk Freeman Dalam Video Suhay Salim)', *eProceedings of Management*, 6(1). Available at: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/8598>.

Sugiyono (2013) *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN RND*.

Supriadi, Sani, A. and Setiawan, I.P. (2020) 'Integrasi Nilai Karakter dalam Pembelajaran Keterampilan Menulis Siswa', *Yume: Journal of Management*, 3(3), pp. 84–93. Available at:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 masalah.

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 masalah.
 - 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.

<https://doi.org/10.2568/yum.v3i3.778>.

- Sutisna, I. (2020) 'Statistika Penelitian: Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif', *Universitas Negeri Gorontalo*, 1(1), pp. 1–15. Available at: <https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/4610/Teknik-Analisis-Data-Penelitian-Kuantitatif.pdf>.
- Vita Dewi, S., Lestari, S. and Rahmah, S. (2019) 'Internet Sebagai New Media Informasi Kesehatan Kewanitaan Internet As New Media Information Health of Women', *Jurnal Pengabdian Masyarakat INOTEC UII*, 1(2), pp. 1–5.
- Yonatan, A.Z. (2023) *Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026*, *Data.Goodstats.Id*. Available at: <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>.
- Yuliawan, K. (2021) 'Pelatihan SmartPLS 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), pp. 43–50.



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 suatu masalah.
 - 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

KUISIONER PENELITIAN

Lampiran 1

Pengantar

Assalamualaikum warrahmatullahi wabarakatuh

Kepada Yth. Mahasiswa/i

Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting

Angkatan 2020

Di Tempat.

Perkenalkan saya Renita Dewi Lokasari Mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, yang saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi). Adapun judul penelitian saya adalah **"PENGARUH KONTEN REVIEW CHANNEL YOUTUBE GADGETIN TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGGKATAN 2020 UIN SUSKA RIAU"**

berkaitan dengan hal tersebut, saya memerlukan informasi responden dengan kriteria:

1. Mahasiswa/i ilmu komunikasi konsentrasi broadcasting angkatan 2020 UIN Suska Riau.
2. Telah menonton video Review channel youtube Gadgetin
3. Mahasiswa/i yang berminat atau pernah melakukan pembelian smartphone berdasarkan review channel youtube gadgetin

Oleh karena itu, saya membutuhkan sejumlah data yang akan dijadikan bahan penelitian. Saya memohon ketersediaan responden untuk mengisi kuesioner sesuai dengan keadaan yang sebenarnya agar didapatkan data yang valid.

Atas perhatian dan ketersediaan saudara dalam mengisi kuesioner sesuai dengan keadaan yang sebenarnya agar di dapatkan data yang valid. Atas perhatian dan ketersediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Hormat Saya,

Renita Dewi Lokasari



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Identitas Responden

Petunjuk: Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang tersedia atas pertanyaan berikut:

Nama :

Email :

Jenis Kelamin:

- Laki-laki
 Perempuan

Konsentrasi

- Broadcasting

Pertanyaan Umum

Apakah anda menonton Youtube?

- Ya
 Tidak

Berapa lama waktu yang anda habiskan untuk menggunakan aplikasi Youtube dalam sehari?

- >40 menit
 30-40 menit
 20-30 menit
 10-20 menit
 <10 menit

Apakah anda mengetahui channel youtube Gadgetin?

- Ya
 Tidak

Berapa kali anda menonton tayangan channel Youtube Gadgetin tersebut?

- >5 kali
 4-5 kali
 3-4 kali
 2-3 kali
 <2 kali

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 masalah.
 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

Sebelum Anda melanjutkan pengisian kuesioner ini, sebaiknya memperhatikan hal berikut ini:

Note: Berilah tanda pada kolom yang ada pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Keterangan :

- 4 = Sangat Setuju (SS)
- 3 = Setuju (S)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 masalah.
 - 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

Konten Review Channel Youtube GadgetIn (X)

(Orientasi)

Penjelasan dari channel Youtube GadgetIn mengenai *review Smartphone* sangat menarik

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Menurut saya gaya bahasa yang digunakan channel Youtube GadgetIn dalam menjelaskan *review Smartphone* mudah di mengerti

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Channel Youtube GadgetIn menjelaskan terlalu singkat dalam memperkenalkan produk

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Saya menyukai konsep video review yang ditampilkan oleh channel Youtube GadgetIn

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

(Tafsiran)

Channel Youtube GadgetIn sangat detail dalam mengulas sebuah produk Smartphone

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Saya merasa channel Youtube GadgetIn mampu mengulas keunikan dan keunggulan smartphone secara detail

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

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 masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam menjelaskan ulasan produk, channel Youtube GadgetIn terkesan ambigu dalam menjelaskan

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Channel Youtube GadgetIn dalam mendeskripsikan sebuah produk kurang *To The Point*

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

(Evaluasi)

Pendapat yang diberikan oleh Channel Youtube GadgetIn sangat bermanfaat

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Channel Youtube GadgetIn dapat dipercaya dalam melakukan *Review* sebuah produk *Smartphone*

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Pendapat Channel Youtube GadgetIn yang di *Review* dapat dimengerti dan diterima dengan baik

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Saya merasa Channel Youtube GadgetIn kurang lama dalam menjelaskan sebuah produk sehingga kurang rinci dalam *Review* produk

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

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 masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(Rangkuman)

Kesimpulan yang dijelaskan oleh Channel Youtube GadgetIn membantu saya dalam menilai sebuah produk *Smartphone* sebelum melakukan pembelian

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Menurut saya Channel Youtube GadgetIn berpengalaman dalam menggunakan *Smartphone*

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Setelah menonton Channel Youtube GadgetIn saya merasa bahwa channel ini memiliki keunikan tersendiri dalam menjelaskan sebuah produk

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Saya merasa ragu dengan apa yang dikatakan oleh Channel Youtube GadgetIn dalam *Review* produk

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 masalah.
 - 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 masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Minat Beli Smartphone (Y)

(Minat Transaksional)

Setelah menonton Channel Youtube GadgetIn saya tertarik untuk mencoba dan membeli smartphone yang di Review

4 2

3 1

Saya lebih senang melihat Konten review smartphone dari channel GadgetIn dari pada channel lainnya

4 2

3 1

Saya merasa nyaman dengan smartphone yang saya gunakan saat ini dan belum ada keinginan untuk menggantinya dengan model baru.

4 2

3 1

Saya menonton channel GadgetIn hanya karena penasaran dengan model baru dari sebuah produk smartphone

4 2

3 1

(Minat Referensial)

Setelah menonton konten review dari channel youtube GadgetIn, saya ingin merekomendasikan kepada teman terdekat saya

4 2

3 1

Smartphone yang di review oleh channel GadgetIn adalah smartphone yang saya rekomendasikan kepada keluarga

4 2

3 1



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 masalah.
 - 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.

Produk yang di review oleh GadgetIn hanya cocok untuk kaum anak muda

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Saya enggan membagikan video konten review channel youtube GadgetIn

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

(Minat Preferensial)

Setelah menonton konten review GadgetIn saya tertarik mengganti smartphone yang saya gunakan dengan smartphone yang di review

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Smartphone yang di review oleh channel youtube GadgetIn saya yakini berkualitas bagus

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Saya sekedar iseng menonton channel youtube GadgetIn

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Saya tidak mempunyai target yang pasti untuk membeli smartphone

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Minat Eksploratif

Saya akan mencari dan mengumpulkan informasi sebelum membeli smartphone

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Saya telah mempelajari detail smartphone sebelum saya melakukan pembelian smartphone

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Menurut saya penjelasan produk dari channel youtube GadgetIn sudah sangat cukup

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Saya merasa puas dengan informasi yang diberikan oleh channel youtube GadgetIn

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 masalah.
 - 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 2

No	Pengaruh Konten Review Channel Youtube Gadgetin (X)																Total
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
1	4	4	3	4	4	4	2	2	3	3	4	2	4	4	3	2	52
2	3	4	2	4	4	3	2	2	4	4	4	4	3	3	3	4	53
3	4	3	2	3	4	3	2	2	4	3	4	3	4	4	3	1	49
4	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	43
5	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	44
6	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	1	43
7	4	4	2	4	4	4	2	1	4	4	4	2	4	4	4	2	53
8	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	56
9	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	46
10	3	4	2	4	2	4	2	1	4	2	4	4	3	3	3	2	47
11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	61
12	4	4	1	4	4	4	1	1	4	4	4	1	4	4	4	1	49
13	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4	4	1	4	4	3	1	51
14	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	59
15	4	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	4	4	2	47
16	3	4	4	3	2	3	1	2	4	3	3	3	4	2	2	1	44
17	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	44
18	4	3	4	4	2	3	1	1	4	3	4	3	4	3	4	1	48
19	3	3	2	3	4	4	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	45
20	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	53
21	4	4	2	4	4	4	1	2	4	3	4	1	4	4	3	1	49
22	3	4	1	3	3	3	1	1	4	4	4	1	4	4	3	1	44
23	4	3	2	3	4	3	2	1	4	4	3	2	3	3	3	2	46
24	4	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	2	4	3	4	1	52
25	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	44
26	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	4	4	3	2	45
27	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4	3	1	54
28	4	4	2	4	4	4	1	1	4	3	3	1	3	4	4	1	47
29	3	3	2	3	4	3	1	2	3	3	3	2	4	3	3	2	44
30	3	4	2	4	4	4	1	2	4	4	4	2	4	3	3	1	49
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
32	4	3	2	4	3	3	2	2	4	4	4	2	4	4	4	2	51
33	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	43
34	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	54
35	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	1	40
36	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	56
37	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	49

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik JIN Suska Riau. Staf Blame University of Sultan Syaif Kasim 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 masalah.
 - 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.

38	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	4	1	3	3	3	1	49
39	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	1	4	3	3	1	52
40	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	44
41	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	46
42	4	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	2	47
43	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	59
44	4	4	1	4	3	4	1	1	4	3	4	2	4	4	4	1	48
45	4	4	2	4	4	4	1	1	4	4	4	2	4	4	4	1	51
46	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	4	1	55
47	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	1	4	4	4	1	52
48	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	4	2	55
49	4	4	2	3	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	4	2	53
50	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	43
51	4	4	1	4	4	4	1	1	4	4	4	1	4	4	4	1	49
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
53	4	4	2	4	4	4	1	1	4	4	4	2	4	4	4	1	51
54	4	3	2	3	3	4	2	2	4	4	3	2	3	3	4	2	48
55	4	4	3	4	4	4	2	2	4	3	3	3	4	4	4	2	54
56	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	44
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	62
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	1	59
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
60	4	4	2	4	4	4	1	1	4	4	4	2	4	3	3	2	50
61	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
62	4	4	1	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	1	52
63	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	4	1	54
64	3	4	2	4	4	4	1	1	4	4	4	2	4	4	4	1	50
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	61
67	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	58
68	4	4	2	3	3	4	1	1	3	3	3	2	3	3	3	2	44
69	3	4	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	43

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 masalah.
 - 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

No	Minat Beli Smartphone (Y)																Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	
1	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	47
2	4	2	3	4	3	3	2	2	3	3	4	3	2	2	3	3	46
3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	45
4	3	3	3	2	3	3	1	2	2	3	1	3	4	4	3	3	43
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	47
6	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	46
7	4	2	4	4	3	4	2	1	4	4	2	4	4	4	4	4	54
8	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	55
9	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
10	2	3	1	3	4	4	2	1	4	4	3	2	4	4	3	4	48
11	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	60
12	4	4	1	3	4	4	2	1	4	4	1	2	4	4	4	4	50
13	3	3	3	3	4	3	2	1	3	3	2	2	4	3	3	4	46
14	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	53
15	3	3	3	2	2	4	3	2	3	3	2	2	4	4	4	4	48
16	3	4	4	3	2	3	2	3	3	2	3	2	4	4	3	3	48
17	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	43
18	3	3	4	4	2	2	1	1	3	4	2	4	4	4	3	4	48
19	3	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	4	3	3	47
20	2	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	48
21	4	4	2	4	3	2	3	3	4	4	2	1	4	4	4	4	52
22	4	3	3	3	2	2	1	2	3	1	2	3	4	4	3	3	43
23	3	4	3	4	3	2	4	1	3	3	2	3	4	4	4	4	51
24	3	2	2	4	4	1	2	2	3	4	2	2	4	4	4	4	47
25	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	41
26	3	4	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	4	3	3	3	46
27	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	3	4	4	4	3	43
28	3	4	4	4	2	3	3	3	3	4	2	3	4	3	4	4	53
29	3	4	2	2	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3	3	4	48
30	3	3	2	4	4	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	4	49
31	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	48
32	3	4	3	2	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	54
33	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	47
34	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	55
35	3	2	3	1	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	1	3	44
36	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	58
37	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	51
38	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	4	47
39	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	55

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 masalah.
 - 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.

40	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	3	4	2	3	3	3	3	45
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	50
42	4	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	4	2	4	4	4	4	52
43	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	2	4	4	3	3	52
44	4	4	4	4	3	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	56
45	4	4	3	4	4	4	1	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4	55
46	4	4	2	2	4	2	4	2	3	4	3	4	3	1	4	4	4	51
47	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	59
48	3	3	3	3	3	2	2	1	3	4	2	3	4	4	4	4	4	48
49	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	47
50	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
51	4	4	4	1	4	4	1	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	54
52	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	48
53	3	2	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	1	4	4	4	4	50
54	2	2	4	4	2	2	4	4	4	2	3	3	3	4	4	3	3	50
55	4	3	4	3	4	4	2	4	1	4	4	4	2	3	3	3	3	51
56	3	3	3	3	3	3	3	1	4	1	2	2	2	3	3	3	3	43
57	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	60
58	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	58
59	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	34
60	3	4	3	3	3	3	2	1	4	3	3	2	2	4	4	3	4	49
61	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	60
62	4	4	1	1	4	4	4	1	4	4	2	1	1	4	4	4	4	50
63	3	4	4	4	3	4	3	1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	56
64	3	3	4	4	4	2	2	1	3	3	1	2	2	4	4	4	4	48
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	47
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	62
67	4	4	4	4	4	3	3	1	4	4	3	4	4	3	4	4	4	57
68	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	45
69	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	3	3	2	3	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 masalah.
 - 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 3

UJI VALIDITAS DAN RELIABELITAS X

		Correlations															TOTALX	
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
X1	Pearson Correlation	1	.477**	.062	.595**	.534**	.565**	-.047	-.023	.610**	.490**	.510**	-.119	.481**	.545**	.562**	-.227	.585**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.614	<.001	<.001	<.001	.701	.950	<.001	<.001	<.001	.331	<.001	<.001	<.001	.061	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X2	Pearson Correlation	.477**	1	.034	.737**	.485**	.665**	-.255*	-.219	.561**	.433**	.563**	-.186	.431**	.389**	.287**	-.307*	.448**
	Sig. (2-tailed)			.781	<.001	<.001	<.001	.034	.070	<.001	<.001	<.001	.126	<.001	<.001	.017	.010	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X3	Pearson Correlation	.062	.034	1	.057	-.079	-.038	.453**	.519**	.028	.074	-.092	.338**	.019	-.062	.114	.298*	.464**
	Sig. (2-tailed)				.641	.517	.756	<.001	<.001	.820	.548	.452	.005	.874	.611	.350	.013	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X4	Pearson Correlation	.595**	.737**	.057	1	.486**	.656**	-.197	-.184	.639**	.481**	.721**	-.029	.534**	.527**	.529**	-.209	.603**
	Sig. (2-tailed)					<.001	<.001	.105	.129	<.001	<.001	<.001	.813	<.001	<.001	<.001	.085	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X5	Pearson Correlation	.534**	.485**	-.079	.486**	1	.508**	-.002	.024	.366**	.533**	.362**	-.230	.303	.486**	.396**	-.101	.496**
	Sig. (2-tailed)						<.001	.989	.842	.002	<.001	<.001	.002	.057	<.001	<.001	.409	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X6	Pearson Correlation	.565**	.665**	-.038	.656**	.508**	1	-.152	-.115	.547**	.454**	.480**	-.148	.409**	.457**	.458**	-.276*	.502**
	Sig. (2-tailed)							.213	.346	<.001	<.001	<.001	.225	<.001	<.001	<.001	.022	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X7	Pearson Correlation	-.047	-.255*	.453**	-.197	-.002	-.152	1	.881**	-.157	.005	-.261*	.469**	-.239*	-.079	.051	.585**	.461**
	Sig. (2-tailed)									<.001	.198	.965	.030	<.001	.048	.517	.678	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X8	Pearson Correlation	-.023	-.219	.519**	-.184	.024	-.115	.881**	1	-.131	.067	-.252*	.404**	-.063	-.100	-.001	.559**	.492**
	Sig. (2-tailed)									.284	.586	.037	<.001	.605	.413	.992	<.001	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X9	Pearson Correlation	.610**	.561**	.028	.639**	.366**	.547**	-.157	-.131	1	.637**	.661**	.078	.565**	.479**	.496**	-.154	.603**
	Sig. (2-tailed)							.198	.284		<.001	<.001	.522	<.001	<.001	<.001	.205	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X10	Pearson Correlation	.490**	.433**	.074	.481**	.533**	.454**	.005	.067	.637**	1	.564**	-.012	.534**	.431**	.533**	.001	.644**
	Sig. (2-tailed)							.965	.586	<.001	<.001	<.001	.922	<.001	<.001	<.001	.992	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X11	Pearson Correlation	.510**	.563**	-.092	.721**	.362**	.480**	-.261*	-.252*	.661**	.564**	1	-.039	.614**	.511**	.405**	-.293*	.481**
	Sig. (2-tailed)							.030	.037	<.001	<.001	<.001	.749	<.001	<.001	<.001	.015	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X12	Pearson Correlation	-.119	-.186	.338**	-.029	-.230	-.148	.469**	.404**	.078	-.012	-.039	1	-.106	-.029	.070	.610**	.417**
	Sig. (2-tailed)							<.001	<.001	.522	.922	.749		.386	.813	.570	<.001	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X13	Pearson Correlation	.481**	.431**	.019	.534**	.303*	.409**	-.239*	-.063	.565**	.534**	.614**	-.106	1	.581**	.444**	-.238*	.490**
	Sig. (2-tailed)							<.001	.048	.605	<.001	<.001	.386		<.001	<.001	.049	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X14	Pearson Correlation	.545**	.389**	-.062	.527**	.486**	.457**	-.079	-.100	.479**	.431**	.511**	-.029	.581**	1	.679**	-.104	.558**
	Sig. (2-tailed)							.517	.413	<.001	<.001	<.001	.813	<.001		<.001	.397	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X15	Pearson Correlation	.562**	.287**	.114	.529**	.396**	.458**	.051	-.001	.496**	.533**	.405**	.070	.444**	.679**	1	.004	.632**
	Sig. (2-tailed)							.678	.992	<.001	<.001	<.001	.570	<.001	<.001		.971	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X16	Pearson Correlation	-.227	-.307*	.298*	-.209	-.101	-.276*	.585**	.559**	-.154	.001	-.293*	.610**	-.238*	-.104	.004	1	.351**
	Sig. (2-tailed)							<.001	<.001	.205	.992	.015	<.001	<.001	.499	.397	.971	.003
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
TOTALX	Pearson Correlation	.585**	.448**	.464**	.603**	.496**	.502**	.461**	.492**	.603**	.644**	.481**	.417**	.490**	.558**	.632**	.351**	1
	Sig. (2-tailed)							<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69

* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.779	16

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Sat Islamik University of Sultan Syarif Kasim 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 masalah.
 - 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

UJI VALIDITAS DAN RELIABELITAS Y

		Correlations																TOTALY
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	
Y1	Pearson Correlation	1	.478**	.185	.219	.455**	.360**	.033	.058	.280*	.310**	.039	.055	.234	.264*	.463**	.391**	.602**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.128	.071	<.001	.002	.786	.635	.020	.009	.749	.651	.053	.028	<.001	<.001	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y2	Pearson Correlation	.478**	1	.156	.187	.335**	.435**	.157	.002	.264*	.223	.044	.076	.426**	.363**	.441**	.438**	.627**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.201	.124	.005	<.001	.199	.987	.028	.066	.718	.535	<.001	.002	<.001	<.001	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y3	Pearson Correlation	.185	.156	1	.407**	-.052	.158	-.025	.183	.023	-.008	.309*	.447**	.146	.164	.176	-.040	.481**
	Sig. (2-tailed)	.128	.201		<.001	.674	.195	.839	.133	.854	.947	.010	<.001	.232	.178	.148	.745	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y4	Pearson Correlation	.219	.187	.407**	1	.194	.027	.093	-.027	.240*	.153	.109	.239*	.195	.080	.302*	.218	.490**
	Sig. (2-tailed)	.071	.124	<.001		.111	.828	.447	.829	.047	.208	.372	.048	.108	.511	.012	.073	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y5	Pearson Correlation	.455**	.335**	-.052	.194	1	.412**	.149	-.021	.226	.356**	.107	-.030	.250*	.157	.383**	.402**	.535**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.005	.674	.111		<.001	.222	.867	.062	.003	.381	.808	.038	.199	.001	<.001	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y6	Pearson Correlation	.360**	.435**	.156	.027	.412**	1	.126	.129	.252*	.212	.209	.187	.147	.040	.202	.242*	.541**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	.195	.828	<.001		.302	.289	.037	.081	.085	.125	.228	.742	.087	.045	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y7	Pearson Correlation	.033	.157	-.025	.093	.149	.126	1	.213	.075	.184	.120	.001	-.068	-.058	.121	.105	.330**
	Sig. (2-tailed)	.786	.199	.839	.447	.222	.302		.079	.542	.129	.326	.994	.577	.636	.320	.392	.006
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y8	Pearson Correlation	.058	.002	.183	-.027	-.021	.129	.213	1	-.086	.045	.456**	.024	-.133	-.215	-.112	-.187	.261**
	Sig. (2-tailed)	.635	.987	.133	.829	.867	.289	.079		.484	.715	<.001	.843	.278	.076	.360	.123	.030
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y9	Pearson Correlation	.280*	.264*	.023	.240*	.226	.252*	.075	-.086	1	.092	.027	-.018	.434**	.372**	.388**	.481**	.495**
	Sig. (2-tailed)	.020	.028	.854	.047	.062	.037	.542	.484		.453	.823	.885	<.001	.002	<.001	<.001	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y10	Pearson Correlation	.310**	.223	-.008	.153	.358**	.212	.184	.045	.092	1	.066	.084	.223	.217	.424*	.373**	.496**
	Sig. (2-tailed)	.009	.066	.947	.208	.003	.081	.129	.715	.453		.591	.494	.066	.073	<.001	.002	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y11	Pearson Correlation	.039	.844	.309**	.109	.107	.209	.120	.456**	.027	.066	1	.039	-.190	-.111	-.109	-.111	.330**
	Sig. (2-tailed)	.749	.718	.010	.372	.381	.085	.326	<.001	.823	.591		.752	.119	.362	.374	.362	.006
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y12	Pearson Correlation	.055	.076	.447**	.239*	-.030	.187	.001	.024	-.018	.084	.039	1	-.050	-.033	.049	-.067	.297**
	Sig. (2-tailed)	.651	.535	<.001	.048	.808	.125	.994	.843	.885	.494	.752		.683	.788	.691	.583	.013
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y13	Pearson Correlation	.234	.426**	.146	.195	.250*	.147	-.068	-.133	.434**	.223	-.190	-.050	1	.697**	.637**	.602**	.516**
	Sig. (2-tailed)	.053	<.001	.232	.108	.038	.228	.577	.278	<.001	.066	.119	.683		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y14	Pearson Correlation	.264*	.363**	.164	.080	.157	.040	-.058	-.215	.372**	.217	-.111	-.033	.697**	1	.626**	.532**	.452**
	Sig. (2-tailed)	.028	.002	.178	.511	.199	.742	.636	.076	.002	.073	.362	.788		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y15	Pearson Correlation	.463**	.441**	.176	.302*	.383**	.202	.121	-.112	.388**	.424**	-.109	.049	.637**	.628**	1	.715**	.677**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.148	.012	.001	.097	.320	.360	<.001	<.001	.374	.691	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
Y16	Pearson Correlation	.391**	.438**	-.040	.218	.402**	.242*	.105	-.187	.481**	.373**	-.111	-.067	.602**	.532**	.715**	1	.584**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.745	.073	<.001	.045	.392	.123	<.001	.002	.362	.583	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
TOTAL	Pearson Correlation	.602**	.627**	.461**	.490**	.535**	.541**	.330**	.261*	.495**	.496**	.330**	.297**	.516**	.452**	.677**	.584**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.006	.030	<.001	<.001	<.001	.006	.013	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.753	16

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 masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

KOEFISIEN KORELASI

		Konten Review Channel Youtube Gadgetin (X)	Minat Beli Smartphone (Y)
Konten Review Channel Youtube Gadgetin (X)	Pearson Correlation	1	.711**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	69	69
Minat Beli Smartphone (Y)	Pearson Correlation	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	69	69

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

UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta	t		
1 (Constant)	13.025	4.439		2.934	.005	
Konten Review Channel Youtube Gadgetin (X)	.734	.089	.711	8.276	.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Smartphone (Y)

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 masalah.
 - 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.

UJI T

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13.025	4.439		2.934	.005		
Konten Review Channel Youtube Gadgetin (X)	.734	.089	.711	8.276	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Smartphone (Y)

UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.711 ^a	.506	.498	3.84487	2.129

a. Predictors: (Constant), Konten Review Channel Youtube Gadgetin (X)

b. Dependent Variable: Minat Beli Smartphone (Y)

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 masalah.
 - 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.