

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI  
KONSENTRASI *ADVERTISING***

**Skripsi Juli 2022**

**Andriyan Abdurrahman  
2016140140**

**Pengaruh Iklan Tokopedia WIB di Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Selama Pandemi.**

**ABSTRAK**

Di tengah kompetisi dalam bisnis *E-commerce* yang sangat tinggi sekarang ini, banyak yang melakukan promosi baik berupa diskon atau yang lainnya. Dengan keadaan pandemi banyak sekali orang yang lebih memilih untuk membeli sesuatu secara daring karena dirasa aman dan juga banyak promo dari *E-commerce*. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengukur Iklan Tokopedia WIB di Televisi pada pengikut akun Instagram @Tokopedia, untuk mengukur Perilaku Konsumtif pada pengikut akun Instagram @Tokopedia, dan untuk mengukur Iklan Tokopedia WIB di Televisi terhadap Perilaku Konsumtif Selama Pandemi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Iklan Televisi dan Perilaku Konsumtif, Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif, dengan metode survei dan bersifat eksplanatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 86 responden pada pengikut akun Instagram @Tokopedia. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Data yang terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan SPSS versi 23 untuk mendapatkan perhitungan yang akurat. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh bahwa Iklan Tokopedia WIB di Televisi memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Selama Pandemi dengan nilai  $t\text{-hitung} (9,642) > t\text{-tabel} (1,663)$ . Dengan nilai  $r\text{ square}$  0,525 atau 52,5%, maka menunjukkan Iklan Tokopedia di Televisi berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Selama Pandemi.

**Kata kunci : Iklan Televisi, Perilaku Konsumtif.**

**Referensi : 6 buku, 7 Jurnal, 5 web**

**Dosen Pembimbing : Daniel Handoko S.I.Kom, M.I.Kom**