

**PENGARUH *TAGLINE* #DijaminOri DAN *BRAND CAMPAIGN* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BELANJA *ONLINE* DI APLIKASI JD.ID**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Prodi Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Sultan Agung**



**Disusun Oleh :
Abdurrahman Wahid
32801800001**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2020

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdurrahman Wahid
NIM : 32801800001
Fakultas : Bahasa Dan Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

Pengaruh *Tagline* #DijaminOri Dan *Brand Campaign* Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* Di Aplikasi JD.ID

Adalah benar-benar murni hasil penelitian dan karya saya sendiri, bukan hasil karya orang lain atau jiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata karya yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya saya sendiri atau hasil jiplakan hasil karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab .

Semarang, 11 Maret 2020

Pembuat Pernyataan



Abdurrahman Wahid

NIM. 32801800001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Tagline* #DijaminOri Dan *Brand Campaign*
Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* Di Aplikasi
JD.ID

Nama : Abdurrahman Wahid

NIM : 32810800001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Bahasa Dan Ilmu Komunikasi

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan
Strata 1**

Semarang, 11 Maret 2020

Dekan

Hartono, S.S, M.Pd.

NIK. 210 496 038

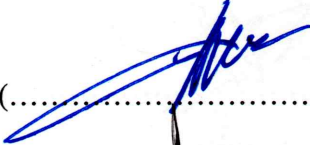
Dosen Pembimbing :

1. Dian Marhaeni K. S.Sos, M.Si

NIK. 2111 08 001

2. Urip Mulyadi, S.I.Kom, M.I.Kom

NIK. 2111 15 018

(.....)

(.....)

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Tagline* #DijaminOri Dan *Brand Campaign*
Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* Di Aplikasi
JD.ID

Nama : Abdurrahman Wahid

NIM : 32810800001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Bahasa Dan Ilmu Komunikasi

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan
Strata 1**

Semarang, 11 Maret 2020

Dekan

Hartono, S.S, M.Pd.

NIK. 210 496 038

Dosen Penguji :

1. Genta Maghvira, S.I.Kom, M.I.Kom

NIK. 2111 14 016

2. Dian Marhaeni K. S.Sos, M.Si

NIK. 2111 08 001

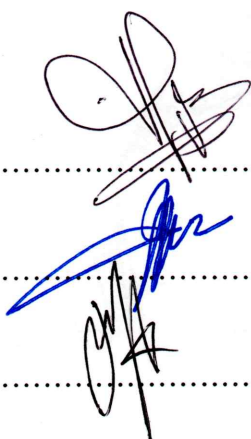
3. Urip Mulyadi, S.I.Kom, M.I.Kom

NIK. 2111 15 018

(.....)

(.....)

(.....)



SURAT PERNYATAAN PENGESAHAN NASKAH SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang menyatakan bahwa skripsi

Judul : Pengaruh Tagline #DijaminOri Dan Brand Campaign Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Aplikasi JD.ID

Yang disusun oleh

Nama : Abdurrahman Wahid

NIM : 32801800001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah memenuhi ketentuan dan persyaratan yang ditetapkan dan oleh karenanya disetujui untuk disahkan.



Semarang, 18 Mei 2020

Hartono, S.S., M.Pd.
NIK 210496038

MOTTO

“Lakukan yang terbaik, sehingga aku tak akan menyalahkan diriku sendiri atas segalanya”

- *Magdalena Neuner* -

“Hidup adalah pelajaran tentang kerendahan hati”

“Jawaban sebuah keberhasilan adalah terus belajar dan tak kenal putus asa”

“Pengalaman dan kegagalan akan membuat orang menjadi lebih bijak”

“Ku olah kata, kubaca makna, kuikat dalam alinea, kubingkai dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar sarjana kuterima, orang tua, calon istri/suami dan calon mertua pun bahagia”

“Tiada doa yang lebih indah selain doa agar skripsi ini cepat selesai”

“Saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi dan saya menang”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Terima kasih Ya Allah SWT atas segala nikmat dan sehat serta karunia-Mu yang luar biasa

Terima kasih kepada Bapak Bambang Wesiadji, Ibu Robingah, S.Pd, serta adik Muhammad Farid Azhar dan Muhammad Nauval Zafran. Selaku keluarga saya yang telah memberi doa dan suport kepada saya selama ini

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis penjatkan atas kehadira Allah SWT, atas berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat dimudahkan dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Tagline #DijaminOri Dan Brand Campaign Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Aplikasi JD.ID**”. Skripsi ini membuat penulis mendapatkan pengalam dan ilmu baru yang sangat bermanfaat. Tentu dalam menyelesaikannya, penulis tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada :

1. Alhamdulillah Terima kasih Ya Allah SWT atas segala nikmat sempat dan sehat serta karunia-Mu yang luar biasa
2. Bapak Hartono, S.S, M.Pd selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Mubarak, S.Sos M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung.
4. Ibu Dian Marhaeni K. S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing terima kasih telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis sehingga Skripsi ini selesai dengan baik.
5. Bapak Urip Mulyadi, S.I.Kom, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing terima kasih telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis sehingga Skripsi ini selesai dengan baik.
6. Ibu Genta Maghvira S.I.Kom, M.I.Kom. selaku dosen penguji terima kasih telah membantu untuk menguji dan menyempurnakan Skripsi ini.
7. Terimakasih kepada kedua orang tua saya dan keluarga saya yang selalu memberikan dukungan moral maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

8. Terima kasih kepada Nandika Pravita Cahya yang mendorong dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan Skripsi.
9. Terimakasih atas supportnya kepada teman – teman transfer dari D3 PR Undip Alwan, Falasifah, dan Intan.
10. Terimakasih kepada teman satu angkatan 2018 yang menerima saya dengan baik walaupun saya mahasiswa transfer.
11. Terimakasih kepada teman satu angkatan 2017 yang menerima saya dengan baik walaupun saya mahasiswa transfer.
12. Terimakasih kepada teman satu angkatan 2016 yang menerima saya dengan baik walaupun saya mahasiswa transfer.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa yang menempuh studi Ilmu Komunikasi, Terimakasih.

Semarang. 11 Maret 2020

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis junjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat dimudahkan dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Tagline #DijaminOri* Dan *Brand Campaign* Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* Di Aplikasi JD.ID”. Skripsi ini membuat penulis mendapatkan pengalaman dan ilmu baru yang sangat bermanfaat.

Tujuan dari melakukan penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana Pengaruh *Tagline #DijaminOri* Dan *Brand Campaign* Terhadap Keputusan Pembelian Belanja *Online* Di Aplikasi JD.ID. Skripsi ini terdiri dari 5 bab yaitu :

BAB I, berisi uraian dari latar belakang dan permasalahan yang muncul ketika melakukan belanja atau transaksi secara *online*. Menurut Kotler dalam (Pradiani, 2017) *Digital marketing* merupakan suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah *brand* atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Rumusan masalah, bagaimana pengaruh tagline *#DijaminOri* dan *Brand Campaign* terhadap keputusan pembelian belanja online di aplikasi JD.ID. Tujuan penelitian, penulis ingin menjelaskan pengaruh tagline *#DijaminOri* terhadap keputusan pembelian belanja online di aplikasi JD.ID dan pengaruh *Brand Campaign* terhadap keputusan pembelian belanja online di aplikasi JD.ID. Teori, yang digunakan dalam pembuatan Skripsi ini adalah teori AIDDA, yaitu *attention* (perhatian), *interest* (minat), *desire* (hasrat), *decision* (keputusan) dan *action* (kegiatan). Konsep ini sering disebut *A-A Procedure*, yang artinya agar ada respon dari pelanggan maka harus dimunculkan terlebih dahulu perhatian dari konsumen (Effendi, 2007: 51 – 52). Definisi koseptual, menjelaskan konsep yang digunakan dalam penelitian yang mengacu pada kerangka teori yang dirumuskan. Definisi operasional, menjabarkan konsep atau teori yang digunakan dalam penelitian. Metode penelitian, penulisan Skripsi ini menggunakan

metode penelitian kuantitatif dengan analisis data menggunakan Korelasi *Rank Spearman*.

BAB II, pada bab ini penulis ingin menjelaskan mengenai Gambaran Umum Objek Penelitian yaitu perusahaan JD.ID dan Masyarakat Kota Semarang.

BAB III, pada bab ini penulis ingin menguraikan hasil temuan penelitian Skripsi. Dalam temuan penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden untuk mengisi kuesioner tersebut.

BAB IV, berisi tentang analisis dan pembahasan yang dilakukan penulis. Dalam bab ini membahas bagaimana pengaruh tagline #DijaminOri dan *Brand Campaign* terhadap keputusan pembelian belanja online di aplikasi JD.ID. Serta analisis data dan dikaitkan dengan teori penelitian yang digunakan.

BAB V, Berisi tentang kesimpulan dan saran serta keterbatasan penelitian. Kesimpulan dibuat untuk menjawab tujuan penelitian yang dilakukan. Sedangkan saran ditujukan untuk Perusahaan JD.ID dan Masyarakat Kota Semarang sebagai objek dari penelitian ini. Keterbatasan penelitian dan rekomendasi penelitian ditujukan untuk peneliti selanjutnya dengan tema penelitian yang sama.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diperlukan untuk memperbaiki kekurangan yang ada pada Skripsi. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi penulis maupun pembaca dan dapat dijadikan sebuah referensi dalam membuat Skripsi yang lainnya.

Semarang, 11 Maret 2020

Abdurrahman Wahid