

**EFEKTIVITAS IKLAN BUKALAPAK VERSI SONG JOONG KI  
MENGUNAKAN MODEL CRI (*CUSTOMER RESPONSE INDEX*)**

**SILVIA MEIRIZKA ARDANA**

**1702519037**



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Terapan pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PEMASARAN DIGITAL**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

**EFFECTIVENESS OF SONG JOONG KI'S VERSION OF BUKALAPAK  
ADVERTISING USING CRI (CUSTOMER RESPONSE INDEX) MODEL**

**SILVIA MEIRIZKA ARDANA**

**1702519037**



*This Thesis was Written as One of The Requirements to Obtain an Applied  
Bachelor Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta*

**APPLIED BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**2024**

# LEMBAR PENGESAHAN

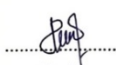



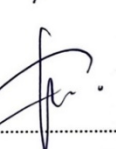
## Lembar Pengesahan Skripsi

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M. Si., Ph. D.  
NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dra. Sholikhah, MM. NIP 196206231990032001 (Ketua Penguji)		8 Agustus 2024
2	Ika Febrilia, S.E., M.M. NIP 198702092015042001 (Penguji 1)		7 Agustus 2024
3	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D. NIP 197412212008121001 (Penguji 2)		8 Agustus 2024
4	Dr. Christian Wiradendi Wolor S.E., M.M. NIP 199110182019031014 (Pembimbing 1)		7 Agustus 2024
5	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M. NIP 199308272020122024 (Pembimbing 2)		7 Agustus 2024

Nama : Silvia Meirizka Ardana  
No. Registrasi : 1702519037  
Program Studi : D4 Pemasaran Digital  
Tanggal Lulus : 19 Juli 2024

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

## LEMBAR ORISINALITAS

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, sebagai mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Silvia Meirizka Ardana

NIM : 1702519037

Program Studi : Pemasaran Digital

Dengan ini ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “Efektivitas Iklan Bukalapak versi Song Joong Ki Menggunakan Model *Customer Response Index* (CRI)” yang telah saya buat adalah sepenuhnya hasil karya saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya dalam keadaan sadar dan saya siap menerima konsekuensi sesuai peraturan yang berlaku jika terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar.

Jakarta, 10 September 2024

Yang Membuat Pernyataan



Silvia Meirizka Ardana

(1702519037)

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

### LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Silvia Meirizka Ardana  
NIM : 1702519037  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/D4 Pemasaran Digital  
Alamat email : [silviameirizkaardn@gmail.com](mailto:silviameirizkaardn@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Efektivitas Iklan Bukalapak versi Song Joong Ki Menggunakan Model Customer Response Index

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 September 2024  
Penulis

(Silvia Meirizka Ardana)  
nama dan tanda tangan

## ABSTRAK

**Silvia Meirizka Ardana, 2024: Efektivitas Iklan Bukalapak versi Song Joong Ki Menggunakan Metode *Customer Response Index* (CRI). Skripsi, Jakarta: Program Studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim pembimbing: Dr. Christian Wiradendi Wolor S.E., M.M, dan Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas iklan Bukalapak versi Song Joong Ki menggunakan metode CRI. Sampel dan populasi dalam penelitian ini yaitu 120 responden dengan usia 17 – 40 tahun dan berdomisili di Jabodetabek dengan metode *purposive sampling* dan penyebaran kuesioner secara daring. Analisis data menggunakan analisis tabulasi sederhana dan metode *Customer Response Index*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai CRI yang dihasilkan iklan Bukalapak versi Song Joong Ki sebesar 25% dan dapat dikatakan kurang efektif.

**Kata Kunci:** *Customer Response Index* (CRI), Efektivitas Iklan, *Hierarchy of Effects*, Komunikasi Pemasaran.



## ABSTRACT

***Silvia Meirizka Ardana, 2024: Effectiveness of Song Joong Ki's version of Bukalapak Advertising Using the Customer Response Index (CRI) Method. Thesis, Jakarta: Bachelor of Applied Digital Marketing Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University. Supervising team: Dr. Christian Wiradendi Wolor S.E., M.M, and Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.M.***

*This research aims to determine the effectiveness of Song Joong Ki's version of Bukalapak advertising using the CRI method. The sample and population in this study were 120 respondents aged 17 - 40 years and domiciled in Jabodetabek using a purposive sampling method and distributing questionnaires online. Data analysis uses simple tabulation analysis and the Customer Response Index method. The results of the research show that the CRI value produced by Song Joong Ki's version of the Bukalapak advertisement is 25% and can be said to be less effective.*

***Keywords:*** Advertising Effectiveness, Customer Response Index (CRI), Hierarchy of Effects, Marketing Communications.

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan dengan baik skripsi yang berjudul “Efektivitas Iklan Bukalapak versi Song Joong Ki Menggunakan Model CRI”. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan saran dari berbagai pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada lembar persembahan ini penulis berterima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas nikmat-Nya dalam memberikan petunjuk, kekuatan, kesabaran, dan kelancaran kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
3. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Christian Wiradendi Wolor S.E., M.M, dan Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang membantu memberikan saran, bimbingan dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.



5. Dosen-dosen Program Studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
6. Kedua orang tua, yang tak pernah berhenti memberikan dukungan dan kebutuhan dalam bentuk apapun sehingga penulis tetap termotivasi mengerjakan skripsi hingga akhir.
7. Magaska Akbar dan Ellyana Gustirani selaku orang yang paling saya sayangi dan selalu membantu penulis dalam pengerjaan skripsi dalam bentuk apapun.
8. ASM, Blekping, LazHahaHihi, Astana Uhu, Kuluh-kuluh dan teman-teman D4 Pemasaran Digital Angkatan 2019 yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.

Jakarta, 17 Juli 2024



Silvia Meirizka Ardana

## DAFTAR ISI

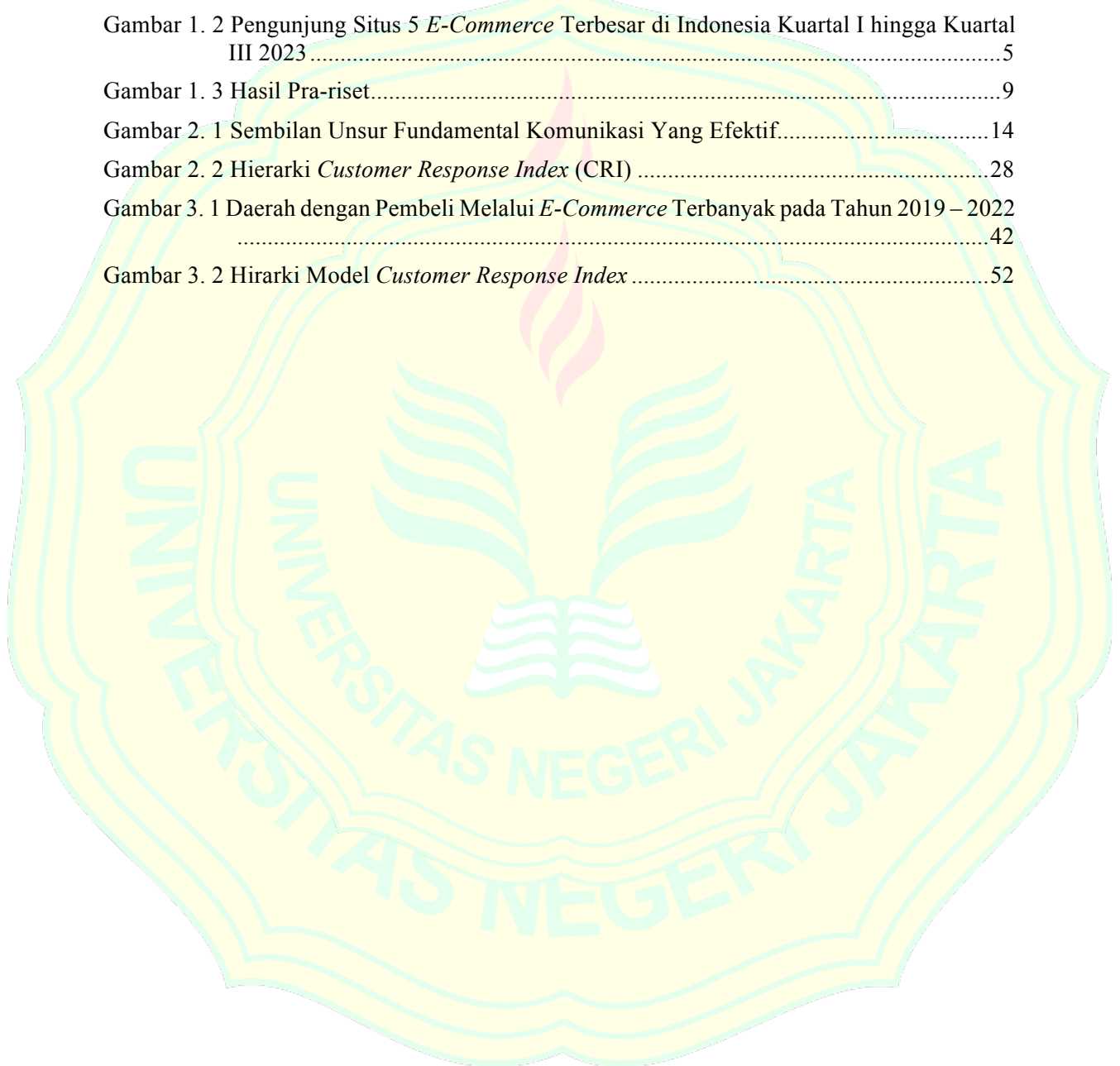
LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR ORISINALITAS .....	ii
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	12
A. Landasan teori .....	12
B. Penelitian Terdahulu .....	31
BAB III METODE PENELITIAN .....	40
A. Waktu dan tempat penelitian .....	40
B. Desain penelitian .....	40
C. Populasi dan sampel .....	41
D. Teknik Pengumpulan Data .....	44
E. Teknik Analisis Data .....	51
BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....	54
A. Profil Responden .....	54
B. Uji Instrumen .....	57
C. Analisis Deskriptif .....	59
BAB V PENUTUP .....	71
A. Kesimpulan .....	71
B. Implikasi .....	71
C. Keterbatasan Penelitian .....	74

D. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengunjung Situs Bukalapak Kuartal IV 2018 – Kuartal II 2022 .....	3
Gambar 1. 2 Pengunjung Situs 5 <i>E-Commerce</i> Terbesar di Indonesia Kuartal I hingga Kuartal III 2023 .....	5
Gambar 1. 3 Hasil Pra-riset.....	9
Gambar 2. 1 Sembilan Unsur Fundamental Komunikasi Yang Efektif.....	14
Gambar 2. 2 Hierarki <i>Customer Response Index</i> (CRI) .....	28
Gambar 3. 1 Daerah dengan Pembeli Melalui <i>E-Commerce</i> Terbanyak pada Tahun 2019 – 2022 .....	42
Gambar 3. 2 Hirarki Model <i>Customer Response Index</i> .....	52



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Aktif Bukalapak Juli – Oktober 2022.....	7
Tabel 1. 2 Hasil Pra-riset .....	8
Tabel 2. 1 Penelitian relevan terdahulu.....	37
Tabel 3. 1 Tabel Timeline Penelitian.....	40
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian .....	47
Tabel 4. 1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4. 3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	55
Tabel 4. 4 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	57
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	58
Tabel 4. 7 Tabulasi Dimensi Awareness.....	59
Tabel 4. 8 Tabulasi Dimensi Comprehend .....	61
Tabel 4. 9 Tabulasi Dimensi Interest .....	63
Tabel 4. 10 Tabulasi Dimensi Intentions .....	64
Tabel 4. 11 Tabulasi Dimensi Action .....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	79
---------------------------------------	----

