

**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

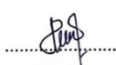



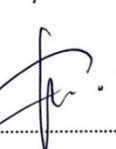
LEMBAR PENGESAHAN

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)

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 penunjukkan 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