

**PENGARUH INOVASI, KEMAJUAN TEKNOLOGI  
DAN KREATIVITAS IKLAN TERHADAP DAYA  
TARIK PADA KONSUMEN GOJEK DI BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Firman Gea  
200910052**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

**PENGARUH INOVASI, KEMAJUAN TEKNOLOGI  
DAN KREATIVITAS IKLAN TERHADAP DAYA  
TARIK PADA KONSUMEN GOJEK DI BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh  
Firman Gea  
200910052**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Firman Gea  
NPM : 200910052  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "SKRIPSI" yang saya buat dengan judul:

### **PENGARUH INOVASI, KEMAJUAN TEKNOLOGI DAN KREATIVITAS IKLAN TERHADAP DAYA TARIK PADA KONSUMEN GOJEK DI BATAM**

adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 12 Juli 2024

Yang menyatakan,

  
**Firman Gea**  
200910052

**PENGARUH INOVASI, KEMAJUAN TEKNOLOGI  
DAN KREATIVITAS IKLAN TERHADAP DAYA  
TARIK PADA KONSUMEN GOJEK DI BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:  
Firman Gea  
200910052**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini  
Batam, 12 Juli 2024**

  
**Inda Sukati S.E., M.Si., Ph.D.**  
**Pembimbing**



## ABSTRAK

Lanskap kompetitif industri *ride-hailing* di Indonesia, dengan pemain utama seperti Gojek dan Grab, menekankan pentingnya memanfaatkan kemajuan teknologi dan kreativitas iklan untuk menarik minat konsumen. Hasil ini memberikan implikasi strategis bagi Gojek untuk meningkatkan posisi pasarnya dan menawarkan arah bagi penelitian di masa depan dalam domain ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak inovasi, kemajuan teknologi, dan kreativitas iklan terhadap daya tarik konsumen terhadap Gojek di Batam. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian terdiri dari pengguna Gojek di Kota Batam. Karena ukuran populasi yang tidak dapat ditentukan, formula Lameshow digunakan untuk menentukan ukuran sampel, menghasilkan 100 sampel. Kriteria sampel termasuk konsumen Gojek yang berdomisili di Kota Batam dan telah melakukan setidaknya tiga kali pembelian pada tahun 2023. Data dikumpulkan melalui *Google Forms* dan diolah menggunakan SPSS untuk uji deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Temuan menunjukkan bahwa kemajuan teknologi dan kreativitas iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik konsumen, sedangkan inovasi sendiri tidak memiliki dampak yang signifikan. Namun, ketika digabungkan, faktor-faktor ini secara Simultan memiliki efek positif dan signifikan terhadap daya tarik konsumen.

**Kata kunci:** daya tarik konsumen, inovasi, kepuasan, kemajuan teknologi, kreativitas iklan.

## **ABSTRACT**

*The competitive landscape of the ride-hailing industry in Indonesia, with major players like Gojek and Grab, underscores the importance of leveraging technological advancements and creative advertising to capture consumer interest. These insights provide strategic implications for Gojek to enhance its market position and offer valuable directions for future research in this domain. The study aims to evaluate the impact of innovation, technological advancements, and advertising creativity on consumer attraction to Gojek in Batam. This research employs a descriptive quantitative methodology. The study population consists of Gojek users in Batam City. Due to the indeterminate population size, the Lameshow formula was utilized to determine the sample size, resulting in 100 samples. The sample criteria include Gojek consumers residing in Batam City who have made at least three purchases in 2023. Data were collected via Google Forms and processed using SPSS for descriptive tests, validity tests, reliability tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, coefficient of determination tests, t-tests, and F-tests. The findings indicate that technological advancements and advertising creativity positively and significantly influence consumer attraction, while innovation alone does not have a significant impact. However, when combined, these factors collectively have a positive and significant effect on consumer attraction.*

**Keywords:** *advertising creativity, consumer attraction, innovation, satisfaction, technological advancements.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “PENGARUH INOVASI, KEMAJUAN TEKNOLOGI DAN KREATIVITAS IKLAN TERHADAP DAYA TARIK PADA KONSUMEN GOJEK DI BATAM” yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Nur Elfi Husda, S.kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael J.Rorong. S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.SI. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Bapak Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D. selaku pembimbing skripsi yang selalu meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk selalu membimbing penulis.
5. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Bapak/Ibu penguji yang bersedia untuk menjadi penguji serta memberikan krititk dan saran yang membangun.
7. Masyarakat yang sudah bersedia berpatisipasi sebagai responden;

Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan berkat serta rahmat-Nya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini

Batam, 12 Juli 2024



Firman Gea





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>I</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>II</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>III</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>IV</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>VI</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>VII</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>X</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>XIV</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>XV</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	10
1.3. Batasan Masalah .....	11
1.4. Rumusan masalah .....	11
1.5. Tujuan Penelitian .....	12
1.6. Manfaat Penelitian .....	12
1.6.1. Manfaat Teoritis .....	12
1.6.2. Manfaat Praktis .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1. Kajian Teori.....	15
2.1.1. Inovasi .....	15
2.1.2. Kemajuan Teknologi .....	25
2.1.3. Kreativitas Iklan .....	33
2.1.4. Daya Tarik .....	43
2.2. Penelitian Terdahulu.....	53
2.3. Kerangka Pemikiran .....	59
2.4. Hipotesis .....	59
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis Penelitian .....	61
3.2. Sifat Penelitian.....	62
3.3. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	62
3.3.1. Lokasi Penelitian .....	62
3.3.2. Jadwal Penelitian .....	62
3.4. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	63
3.4.1. Populasi .....	63
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel .....	63
3.4.3. Teknik Sampling.....	65
3.5. Sumber Data .....	66
3.5.1. Sumber Data Primer.....	66

3.5.2. Sumber Data Sekunder .....	69
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	71
3.6.1. Teknik Pengumpulan Data .....	71
3.6.2. Alat Pengumpulan Data.....	72
3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	72
3.7.1. Variabel Bebas (Independen) .....	73
3.7.2. Variabel Terikat (Dependen) .....	74
3.8. Metode Analisis Data .....	75
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	75
3.8.2. Uji Kualitas Data .....	76
3.8.3. Uji Asumsi Klasik .....	79
3.8.4. Uji Pengaruh .....	82
3.9. Uji Hipotesis .....	84
3.9.1. Uji t (Regresi Parsial) .....	84
3.9.2. Uji Simultan (F).....	85
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	87
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden .....	88
4.2.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	88
4.2.2. Karakteristik Berdasarkan Usia .....	89
4.2.3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	89
4.2.4. Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pendapatan .....	90
4.2.5. Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Gojek .....	90
4.3. Deskripsi Jawaban Responden .....	91
4.3.1. Deskripsi Variabel Inovasi .....	91
4.3.2. Deskripsi Variabel Kemajuan Teknologi .....	92
4.3.3. Deskripsi Variabel Kreativitas Iklan .....	94
4.3.4. Deskripsi Variabel Daya Tarik .....	95
4.4. Analisis Data.....	96
4.4.1. Uji Kualitas Data .....	96
4.4.2. Uji Asumsi Klasik .....	102
4.5. Pengujian Hipotesis .....	107
4.5.1. Analisis Linear Berganda .....	107
4.5.2. Analisis Koefisien Determinasi .....	108
4.5.3. Uji t .....	108
4.5.4. Uji F .....	109
4.6. Pembahasan .....	110
4.6.1. Pengaruh Inovasi terhadap Daya Tarik.....	110
4.6.2. Pengaruh Kemajuan Teknologi terhadap Daya Tarik .....	110
4.6.3. Pengaruh Kreativitas Iklan terhadap Daya Tarik.....	111
4.6.4. Pengaruh Inovasi, Kemajuan Teknologi dan Kreativitas Iklan terhadap Daya Tarik .....	111
4.7. Implikasi Hasil Penelitian.....	111
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	

5.1. Simpulan.....	115
5.2. Saran .....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1. Data Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Data Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1.1</b> Fitur pada Gojek yang merugikan Mitra Pengemudi .....	7
<b>Gambar 1.2</b> Fitur pada Gojek yang merugikan Konsumen.....	7
<b>Gambar 1.3</b> Rendahnya keamanan verifikasi wajah pada Gojek.....	9
<b>Gambar 1.4</b> Iklan kontroversial Gojek tahun 2021 .....	10
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran.....	59
<b>Gambar 4.1</b> Grafik Histogram .....	102
<b>Gambar 4.2</b> Normal p-plot.....	103
<b>Gambar 4.3</b> Normal Scatterplot .....	105

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	56
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian .....	63
<b>Tabel 3.2</b> Skala Likert.....	72
<b>Tabel 3.3</b> Variabel Operasional .....	74
<b>Tabel 3.4</b> Rentang Skala .....	76
<b>Tabel 4.1</b> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	88
<b>Tabel 4.2</b> Responden Berdasarkan Usia .....	89
<b>Tabel 4.3</b> Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	89
<b>Tabel 4.4</b> Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan.....	90
<b>Tabel 4.5</b> Responden berdasarkan Frekuensi Penggunaan Gojek .....	90
<b>Tabel 4.6</b> Deskripsi variabel Inovasi .....	91
<b>Tabel 4.7</b> Deskripsi variabel Kemajuan Teknologi .....	92
<b>Tabel 4.8</b> Deskripsi Variabel Kreativitas Iklan.....	94
<b>Tabel 4.9</b> Deskripsi variabel Daya Tarik .....	95
<b>Tabel 4.11</b> Validitas Variabel Inovasi.....	97
<b>Tabel 4.12</b> Validitas variabel Kemajuan Teknologi .....	98
<b>Tabel 4.13</b> Validitas Variabel Kreativitas Iklan.....	99
<b>Tabel 4.14</b> Validitas Variabel Daya Tarik .....	100
<b>Tabel 4.15</b> Uji Reliabilitas .....	101
<b>Tabel 4.16</b> Hasil uji Kolmogorov-Smirnov .....	103
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	104
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji Park Gleyser .....	106
<b>Tabel 4.19</b> Hasil uji Analisis Linear Berganda .....	107
<b>Tabel 4.20</b> Hasil Uji Koefisien Determinan.....	108
<b>Tabel 4.21</b> Hasil Uji T .....	108
<b>Tabel 4.22</b> Hasil Uji F.....	109

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3.1</b> Rumus Lemeshow .....	64
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala.....	76
<b>Rumus 3.3</b> Rumus Uji Validitas .....	78
<b>Rumus 3.4</b> Regresi linier Berganda .....	83