

SKRIPSI TERAPAN

**ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN *ONLINE* E-SBN BRIMO TERHADAP
MINAT GENERASI MILENIAL DENGAN METODE EPIC MODEL**

Disusun oleh:
DHEA NADHIFAH ARUM
NIM. 1904421037

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI D4 KEUANGAN DAN PERBANKAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JULI 2023**

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



SKRIPSI TERAPAN



**ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN *ONLINE* E-SBN BRIMO
TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL DENGAN
METODE EPIC MODEL**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada
Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan

Disusun oleh:
DHEA NADHIFAH ARUM
NIM. 1904421037

**PROGRAM STUDI D4 KEUANGAN DAN PERBANKAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JULI 2023**

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Skripsi ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Dhea Nadhifah Arum

NIM : 1904421037

Tanda Tangan :



Tanggal : 18 Juli 2023

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta


LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dhea Nadhifah Arum
 NIM : 1904421037
 Jurusan/Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan
 Judul : Analisis Efektivitas Iklan *Online* e-SBN BRImo Terhadap Minat Generasi Milenial dengan Metode EPIC Model

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Dr. Ida Nurhayati, S.H., M.H. 

Anggota Penguji : Yenni Nuraeni, S.E., M.M. 


DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 18 Juli 2023

Ketua Jurusan Akuntansi




 Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.
 NIP. 196404151990032002

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Dhea Nadhifah Arum
 Nomor Induk Mahasiswa : 1904421037
 Jurusan/Program Studi : Akuntansi/Keuangan dan Perbankan Terapan
 Judul Skripsi :
Analisis Efektivitas Iklan *Online* e-SBN BRImo Terhadap Minat Generasi Milenial dengan Metode EPIC Model

Disetujui oleh:

Pembimbing

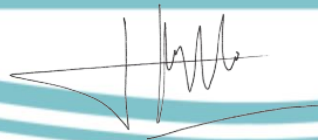


Yenni Nuraeni, S.E., M.M

NIP. 196104061987032003

Ketua Program Studi

D4 Keuangan dan Perbankan



Heri Abrianto, S.E., M.M.

NIP.196510051997021001

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Efektivitas Iklan *Online* e-SBN BRImo Terhadap Minat Generasi Milenial dengan Metode EPIC Model". Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi (S.Tr.Ak).

Penulis menyadari bahwasanya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu saya harapkan agar penulisan skripsi ini menjadi sempurna. Dalam penyelesaian proposal skripsi terapan ini penulis mendapat banyak bantuan, bimbingan, nasihat serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak Heri Abrianto, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi D4 Keuangan.
4. Ibu Yenni Nuraeni, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan arahan kepada praktikan selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen pengajar dan seluruh staf Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta yang sudah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.
6. Ayah Pujut Jiwanoro, mama Iis Marlina dan mas Dhea Ahmad Rivaldy selaku keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan *support* penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Muhammad Reihan selaku teman dekat penulis yang selalu memberikan *support* penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ananda Agista Humaira dan Faizah Kamilah selaku sahabat penulis sejak SMP yang selalu memberikan *support* kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman Jurusan Akuntansi terutama kelas BKT 2019 yang menemani hari-hari penulis selama perkuliahan.
10. Seluruh pihak yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Terima kasih kepada seluruh pihak baik yang telah disebutkan hingga yang tidak disebutkan satu per satu, semoga seluruh pihak selalu berada dalam lindungan Allah SWT. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak.

Depok, 18 Juli 2023



Dhea Nadhifah Arum



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dhea Nadhifah Arum

NIM : 1904421037

Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan Jurusan : Akuntansi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Analisis Efektivitas Iklan *Online* e-SBN BRImo Terhadap Minat Generasi Milenial dengan Metode EPIC Model”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Tanggal : 18 Juli 2023

Yang Menyatakan



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dhea Nadhifah Arum

Keuangan dan Perbankan Terapan

Analisis Efektivitas Iklan *Online* e-SBN BRImo Terhadap Minat Generasi Milenial dengan Metode EPIC Model

ABSTRAK

Seiring berkembangnya teknologi dan meningkatnya minat masyarakat terhadap investasi tidak menyebabkan terjadinya peningkatan pada literasi masyarakat terhadap investasi Surat Berharga Negara (SBN). Hal tersebut membuat dunia perbankan berinovasi dalam menghadirkan produk yang selalu memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya generasi milenial ditengah banyaknya kebutuhan di masa mendatang. Fitur e-SBN BRImo merupakan jawaban dari kebutuhan generasi milenial yang ingin berinvestasi dengan mudah dan aman namun sedikit risiko serta keuntungan yang stabil. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebagai bank milik pemerintah yang memiliki jumlah nasabah yang besar, berinovasi untuk menghadirkan fitur e-SBN pada *mobile banking* nya yang bernama BRImo. BRI melakukan strategi pemasaran berupa iklan *online* dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap fitur e-SBN BRImo. Iklan *online* yang dilakukan oleh BRI tentu memperhatikan semua aspek agar iklan tersebut menjadi efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas iklan online e-SBN BRImo dan untuk mengetahui pengaruh variabel EPIC terhadap minat generasi milenial terhadap fitur e-SBN BRImo. metode penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 108 orang generasi milenial di Jabodetabek yang kemudian dianalisis dengan teknik *EPIC rate* dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan iklan online e-SBN BRImo variabel *persuasion* dan *communication* berpengaruh terhadap minat, sedangkan variabel *empathy* dan *impact* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat.

Kata Kunci : Empati, Persuasi, Dampak, Komunikasi, Minat

Dhea Nadhifah Arum

Finance and Banking

Analysis of The Effectiveness the BRImo e-SBN Online Advertisement on Millennial Generation Interest with the EPIC Model Method

ABSTRACT

Along with the development of technology and the increasing public interest in investment, there is no significant increase in public literacy in Government Securities (SBN) investment. This makes the banking industry innovate in presenting products that always meet the needs of the community, especially the millennial generation in the middle of the many needs in the future. The BRImo e-SBN feature is the solution to the needs of millennials who want to invest easily and safely with little risk and stable returns. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk as a government-owned bank that has a large number of customers, innovates to present the e-SBN feature on its mobile banking called BRImo. BRI conducts a marketing strategy in the form of online advertising in increasing public interest in the BRImo e-SBN feature. Online advertising carried out by BRI certainly pays attention to all aspects so that the advertisement becomes effective. This study aimed to determine the effectiveness of BRImo's e-SBN online advertising and to determine the effect of EPIC variables on the millennial generation's interest in BRImo's e-SBN feature. This research method used a sample of 108 millennials in Jabodetabek and then analysed with the EPIC rate technique and multiple linear regression. The results showed that BRImo e-SBN online advertising persuasion and communication variables had an effect on interest, while empathy and impact variables had no significant effect on interest.

Keywords : Empathy, Persuasion, Impact, Communication, Intention



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

<i>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</i>	iii
<i>LEMBAR PENGESAHAN</i>	iv
<i>LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI</i>	v
<i>KATA PENGANTAR</i>	vi
<i>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</i>	viii
<i>ABSTRAK</i>	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
<i>DAFTAR ISI</i>	xi
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	xiv
<i>DAFTAR TABEL</i>	xv
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	xvi
<i>BAB I</i>	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
<i>BAB II</i>	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.2 <i>Marketing Mix</i>	10
2.3 Promosi.....	10
2.4 Periklanan.....	11
2.5 Tujuan Periklanan.....	13
2.6 Efektivitas Iklan.....	14
2.7 Metode EPIC Model.....	14
2.7.1 <i>Empathy</i>	15
2.7.2 <i>Persuasion</i>	15
2.7.3 <i>Impact</i>	16
2.7.4 <i>Communication</i>	17
2.8 Minat.....	17

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.9	Fitur e-SBN BRImo BRI.....	18
2.10	Penelitian Terdahulu	19
2.11	Kerangka Penelitian	24
2.11.1	Kerangka Berpikir.....	24
2.11.2	Pengembangan Hipotesis	25
BAB III	28
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Objek Penelitian.....	28
3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	29
3.4	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	30
3.5	Metode Pengumpulan Data Penelitian.....	30
3.6	Variabel Operasional.....	31
3.7	Metode Analisis Data.....	33
3.7.1	Uji Instrumen	33
3.7.1.1	Uji Validitas	34
3.7.1.2	Uji Realibilitas	34
3.7.2	Skor Rata – Rata.....	34
3.7.3	EPIC Rate.....	36
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.1	Uji Normalitas.....	36
3.8.2	Uji Multikolinearitas	37
3.8.3	Uji Heterokedastisitas	37
3.9	Analisis Koefisien Determinasi.....	37
3.10	Uji Hipotesis	37
3.10.1	Uji F (Simultan).....	37
3.10.2	Uji t (Parsial).....	38
3.11	Analisis Uji Regresi Linear Berganda.....	38
BAB IV	39
4.1	Gambaran Umum Responden	39
4.1.1	Analisis Responden Berdasarkan Usia	39
4.1.2	Analisis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.1.3	Analisis Responden Berdasarkan Domisili.....	40
4.1.4	Analisis Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
4.1.5	Analisis Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	42
4.1.6	Analisis Responden Berdasarkan Jumlah Melihat Iklan.....	43
4.2	Analisis Deskriptif	43
4.3	Hasil Analisis Data.....	45
4.3.1	Uji Instrumen	45
4.3.1.1	Pre-Test	45
4.3.1.1.1	Uji Validitas dan Realibilitas	45

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.3.1.2	Main-Test	47
4.3.1.2.1	Uji Validitas dan Realibilitas	47
4.3.2	EPIC Rate	48
4.3.2.1	Dimensi <i>Emphaty</i> (Empati)	48
4.3.2.2	Dimensi <i>Persuasion</i> (Persuasi)	50
4.3.2.3	Dimensi <i>Impact</i> (Dampak)	51
4.3.2.4	Dimensi <i>Communication</i> (Komunikasi)	52
4.3.2.5	Dimensi EPIC	53
4.4	Analisis Uji Asumsi Klasik	53
4.4.1	Uji Normalitas	53
4.4.2	Uji Multikolinearitas	55
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	56
4.5	Analisis Koefisien Determinasi	57
4.6	Uji Hipotesis	57
4.6.1	Uji F (Simultan)	57
4.6.2	Uji t (Parsial)	58
4.7	Analisis Uji Regresi Linear Berganda.....	59
4.8	Pembahasan.....	60
4.8.1	Terdapat pengaruh antara <i>emphaty</i> dengan minat.....	61
4.8.2	Terdapat pengaruh antara <i>persuasion</i> dengan minat.....	62
4.8.3	Terdapat pengaruh antara <i>impact</i> dengan minat	62
4.8.4	Terdapat pengaruh antara <i>communication</i> dengan minat.....	63
4.8.5	Iklan online e-SBN BRIImo melalui metode EPIC model dikatakan efektif dan memiliki pengaruh terhadap minat (Y).....	64
BAB V.....		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....		68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Persentase Usia Responden.....	39
Gambar 4. 2 Persentase Jenis Kelamin Responden	40
Gambar 4. 3 Persentase Domisili Responden	41
Gambar 4. 4 Persentase Pendidikan Terakhir Responden	41
Gambar 4. 5 Persentase Penghasilan per Bulan Responden	42
Gambar 4. 6 Persentase Jumlah Responden Melihat Iklan X	43
Gambar 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	54
Gambar 4. 8 Uji Heteroskedastisitas.....	56

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Skala Likert	31
Tabel 3. 2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31
Tabel 3. 3 Posisi Keputusan	35
Tabel 4. 1 Analisis Deskriptif	43
Tabel 4. 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Pre-Test	46
Tabel 4. 3 Uji Validitas dan Reliabilitas Main-Test	47
Tabel 4. 4 Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	54
Tabel 4. 5 Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4. 6 Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Glejser	56
Tabel 4. 7 Adjusted R Square	57
Tabel 4. 8 Uji F	58
Tabel 4. 9 Uji t	58
Tabel 4. 10 Hasil Hipotesis Penelitian	60

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Form Kuesioner Responden	69
Lampiran 1. 2 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	71
Lampiran 1. 3 Distribusi Pernyataan.....	73
Lampiran 1. 4 Hasil Uji Validitas	76
Lampiran 1. 5 Hasil Uji Reliabilitas	79
Lampiran 1. 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	80
Lampiran 1. 7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	82
Lampiran 1. 8 Hasil Uji Hipotesis	82
Lampiran 1. 9 Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda	83
Lampiran 1. 10 Lembar Bimbingan Penulisan Skripsi.....	84

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan adanya kemajuan dalam bidang ekonomi dan teknologi, sektor bisnis terutama industri perbankan mengalami perkembangan yang signifikan. Sekarang ini banyak bank konvensional yang beradaptasi atau menyesuaikan dengan perkembangan digital. Bank-bank di Indonesia berupaya mengembangkan produk dan layanan guna memenuhi tuntutan masyarakat dan mendorong minat masyarakat dalam memilih bank tertentu. Hal tersebut mengakibatkan persaingan antar bank menjadi semakin kompetitif.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk merupakan salah satu lembaga perbankan yang berada di bawah pengawasan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Menurut laporan keuangan BRI tahun 2021, BRI memiliki jumlah rekening sebanyak 35 juta dimana paling banyak dibandingkan 2 top bank di Indonesia menurut OJK yaitu Mandiri (34 juta rekening) dan BCA (28,5 juta rekening). Hal tersebut disebabkan karena BRI memiliki misi senantiasa mempertahankan hubungan yang positif dengan nasabahnya yaitu dengan memberikan pelayanan terbaik dan selalu mengikuti perkembangan teknologi terkini. Sesuai dengan misi tersebut, pada Februari 2019 BRI berinovasi meluncurkan *mobile banking* yang bernama BRI *Mobile* disingkat BRImo. Tujuan dari aplikasi BRImo adalah memberikan kenyamanan kepada masyarakat dalam mengakses layanan perbankan melalui perangkat *mobile*, terutama bagi generasi milenial yang menjadi target pasar BRImo. Generasi milenial atau dikenal juga sebagai generasi Y adalah kelompok individu muda yang lahir antara tahun 1981 dan 1996 (Statistika, 2021). Generasi ini juga merasa nyaman dengan keberagaman teknologi dan komunikasi melalui internet sehingga memiliki tingkat kepekaan teknologi yang lebih tinggi dibandingkan dengan generasi sebelumnya, yaitu Generasi X (1965-1980). BRI memilih generasi milenial sebagai target pasar BRImo didukung oleh data Menurut Badan Pusat

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Statistik (BPS), pada tahun 2019 generasi milenial merupakan penduduk terbesar di Indonesia dengan jumlah sekitar 67 juta orang atau sekitar 25% dari total populasi.

BRI mengembangkan inovasi dalam layanan perbankan yang dapat diakses melalui perangkat komputer dan *smartphone* secara fleksibel, dimana pun dan kapan pun sesuai dengan keinginan nasabah. Dengan demikian, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui perangkat *mobile* tanpa perlu mengunjungi kantor BRI dan menghindari antrian saat jam kerja. BRImo diharapkan dapat mengatasi kendala dalam melakukan transaksi keuangan, terutama ketika sibuk, dan tidak lupa untuk memberikan layanan yang efektif dan efisien.

Dengan adanya kehidupan yang serba digital maka terciptanya kebiasaan konsumtif terutama pada generasi milenial. Yang didukung menurut survei dari Riset Kredivo dan Katadata Insights Center (KIC), proporsi jumlah transaksi belanja *online* pada tahun 2020-2021 mendominasi generasi milenial dengan persentase 48%. Hal tersebut dikarenakan semakin dimudahkannya transaksi digital di masyarakat dan tingkat meleaknya teknologi pada generasi milenial.

Di tengah tuntutan keinginan dan kebutuhan yang harus disiapkan di masa depan, maka generasi milenial harus giat mengatur keuangan. Maka dari itu, kebiasaan investasi sangat penting untuk ditanamkan kepada para generasi milenial. Menurut Urip Budhi Prasetyo, Direktur Utama Kustodian Sentral Efek Indonesia, pada tahun 2020 terdapat kemungkinan besar peningkatan minat generasi milenial dalam mempelajari dan terlibat dalam kegiatan investasi. Pemerintah khususnya departemen keuangan juga ikut serta dalam mengedukasi pentingnya investasi pada generasi milenial.

Dengan adanya upaya peningkatan literasi masyarakat khususnya generasi milenial, Bank BRI berinovasi menghadirkan fitur e-SBN pada *mobile banking* BRImo. e-SBN adalah salah satu fitur investasi di BRImo dalam pembelian Surat Berharga Negara (SBN) yang dijamin oleh pemerintah dalam pembayaran bunga dan bagi hasil. Fitur e-SBN BRImo memberikan solusi bagi nasabah yang ingin melakukan transaksi investasi

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



secara digital. Keberadaan fitur baru ini merupakan respons BRI terhadap antusiasme masyarakat yang ingin berinvestasi pada instrumen investasi yang dijamin oleh pemerintah.

Dalam menghadirkan fitur yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, BRI harus melakukan strategi pemasaran yang tepat demi menarik minat masyarakat khususnya generasi milenial terhadap fitur e-SBN BRI_{Mo}. BRI memilih strategi pemasaran pada media sosial yaitu Instagram. Alasan BRI memilih platform tersebut karena menurut We are Social, pengguna Instagram di tahun 2022 menduduki urutan kedua terbanyak setelah WhatsApp. Instagram menyentuh angka lebih dari 75% pengguna. Pada 1 Maret 2023 BRI memposting iklan online dengan headline cover “Generasi Milenial Sulit Menabung” melalui Instagram @bankbri_id. Iklan yang berdurasi 1 menit 20 detik ini berisikan kesadaran generasi milenial akan pentingnya investasi di tengah kebutuhan yang semakin banyak. Selain itu, iklan ini juga menjelaskan investasi yang disarankan untuk generasi milenial, yaitu yang berisiko rendah. Dan terakhir, BRI menyarankan untuk menggunakan fitur e-SBN di BRI_{Mo} dalam berinvestasi karena masyarakat dapat berinvestasi dengan risiko yang rendah serta keuntungan yang stabil dan dapat mempermudah pembelian SBN ritel secara online dengan aman.

Iklan tersebut mendapatkan respon positif dari pengikut Instagram @bankbri_id. Dilihat dari total *viewers* yang mencapai 32.200 dan 888 *likes*. Namun, suatu iklan *online* dibuat tidak hanya untuk meningkatkan *insight* dari Instagram tersebut, iklan juga harus diukur keefektifannya. Keefektifan suatu iklan memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan minat masyarakat. Oleh karena itu, melalui iklan online e-SBN BRI_{Mo}, diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk memilih dan menggunakan BRI_{Mo}, sehingga dapat berkontribusi dalam peningkatan laba perusahaan.

Menurut Rossiter dan Percy, dua ahli periklanan terkenal pada tahun 1997 dalam buku "*Advertising Communications & Promotion Management*" memperkenalkan metode EPIC sebagai salah satu cara untuk

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



mengukur efektivitas iklan. AC Nielsen, salah satu perusahaan riset pemasaran terkemuka di dunia, telah mengembangkan metode bernama EPIC untuk mengukur efektivitas iklan. Metode ini melibatkan empat dimensi penting yaitu *Empathy, Persuasion, Impact, and Communication*. Metode EPIC dipilih sebagai kerangka teoritis dalam penelitian ini karena metode tersebut telah terbukti efektif dalam menganalisis dan merancang iklan *online* yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. *Empathy* mengacu pada kemampuan untuk menyukai dan melihat hubungan konsumen, *persuasion* mengacu pada penggunaan strategi persuasif untuk mempengaruhi minat konsumen, *impact* mengacu pada dampak iklan pada persepsi konsumen tentang merek, dan *communication* mengacu pada pesan iklan dalam komunikasi dengan konsumen. Dengan menggunakan metode ini, perusahaan dapat mengevaluasi dan menganalisis masing-masing dimensi yaitu empati, persuasi, dampak, dan komunikasi secara terpisah. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi kelemahan pada dimensi yang dianggap kurang efektif, sehingga memudahkan perusahaan untuk mengatasi dan memperbaikinya.

Metode EPIC model sudah banyak digunakan sebelumnya untuk menganalisis iklan. Hal tersebut dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan Adek Nurhayari Kusumadewi, dkk (2022) didapatkan bahwa iklan dinilai efektif dengan metode EPIC model dan mempengaruhi keputusan pembelian. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Qoriatul (2020), Amira (2019), dan Pancaningrum (2017) menyimpulkan bahwa iklan yang melibatkan variabel EPIC tidak efektif dan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Metode EPIC model memang kerap sekali digunakan oleh perusahaan-perusahaan dalam menilai suatu iklan *online*. Karena keefektifan iklan online tidak semata-mata dilihat dari respon positif di platformnya saja. Hal tersebut dibuktikan melalui penelitian yang dilakukan oleh Dian Bestriandita & Edy Widodo (2017) dengan judul "Analisis Perbandingan Efektivitas Iklan Menggunakan Metode EPIC Terhadap Mahasiswa UII Yogyakarta" menunjukkan bahwa meskipun iklan *online* melalui media sosial menarik minat masyarakat,

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



namun pemahaman masyarakat terhadap iklan tersebut dinilai rendah, sehingga iklan tersebut dianggap tidak efektif. Dengan demikian, ketertarikan masyarakat terhadap iklan *online* tidak selalu berdampak pada efektivitas iklan atau minat masyarakat seperti yang diduga sebelumnya.

Melihat pentingnya pengaruh efektivitas iklan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan suatu produk, serta sedang maraknya tren investasi dan minimnya literasi keuangan pada generasi milenial, maka penulis tertarik mengambil judul skripsi “**Analisis Efektifitas Iklan *Online* e-SBN BRImo Terhadap Minat Masyarakat dengan Metode EPIC Model**”

1.2 Rumusan Masalah

Dengan mengacu pada upaya pemerintah, terutama departemen keuangan, dalam meningkatkan literasi keuangan khususnya bagi generasi milenial, serta inisiatif PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) dalam menyediakan fitur e-SBN di BRImo, hasil yang diperoleh adalah positif. Publikasi terbaru dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) pada bulan September 2021 menunjukkan dominasi investor milenial sebesar 59,23 persen dari total investor di Indonesia.

Akan tetapi tingkat literasi masyarakat terhadap investasi Surat Berharga Negara masih rendah. Padahal menurut Kementerian Keuangan Republik Indonesia (Ardhanti, 2022), Surat Berharga Negara (SBN) merupakan salah satu investasi yang dijamin negara, tingkat risiko rendah, dan mudah didapati. Hal tersebut sangat cocok untuk generasi milenial.

Hak Cipta :

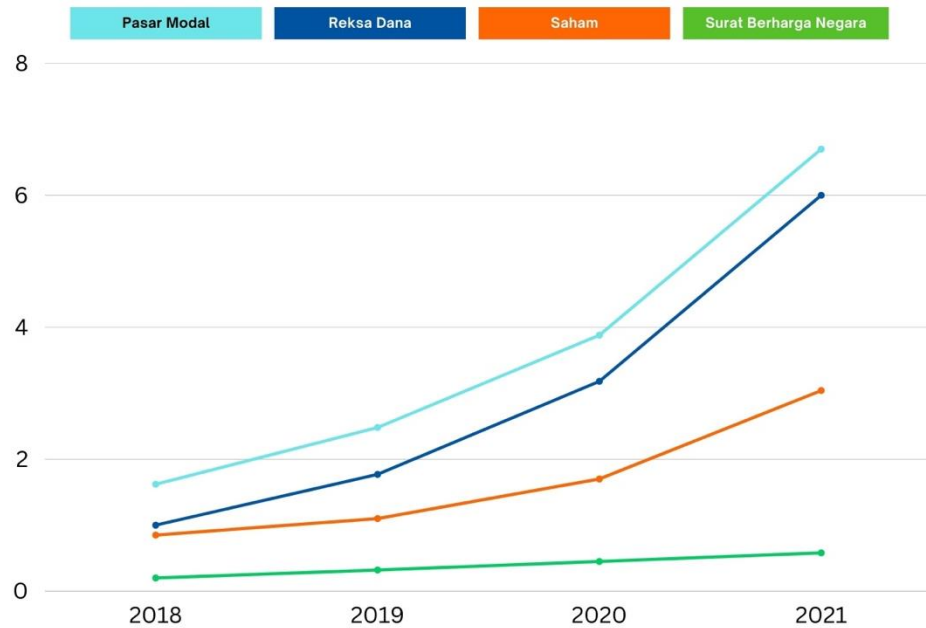
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 1 Jumlah Investor Saham, Reksa Dana, Surat Berharga Negara, dan Pasar Modal
Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI)

Maka dari itu, dalam meningkatkan minat serta literasi generasi milenial terhadap investasi Surat Berharga Negara (SBN), PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) memilih strategi pemasaran yang cocok. Hal tersebut adalah iklan online yang diduga sejalan dengan tujuan demi meningkatkan jumlah investor muda dan yang memahami literasi keuangan agar tidak salah pilih.

Namun, suatu iklan harus diukur efektivitasnya demi tercapainya suatu tujuan. Maka dari itu, dibutuhkan metode EPIC Model yang terdiri dari *Empathy, Persuasion, Impact, dan Communication*. Karena dengan model ini, keefektifan iklan BRImo dapat diketahui melalui analisis bagaimana hubungan iklan dengan pribadi masyarakat, tingkat keinginan masyarakat dalam melihat iklan BRImo, tingkat perbedaan produk yang dipromosikan sehingga dapat menonjol dibandingkan produk lainnya, hingga pesan dari iklan BRImo dalam mengedukasi masyarakat untuk menggunakan fitur e-SBN di BRImo. Jadi, iklan online BRImo tidak hanya serta merta harus menghasilkan output positif pada *insight* di instagram @bankbri_id saja, akan tetapi perlu diteliti tingkat keefektifan iklan tersebut demi meningkatkan minat generasi milenial dalam menggunakan BRImo.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis mencoba mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah variabel *empathy* berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan fitur e-SBN BRImo?
2. Apakah variabel *persuasion* berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan fitur e-SBN BRImo?
3. Apakah variabel *impact* berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan fitur e-SBN BRImo?
4. Apakah variabel *communication* berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan fitur e-SBN BRImo?
5. Apakah efektivitas iklan *online* e-SBN BRImo dengan menggunakan metode EPIC model dapat berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan fitur e-SBN BRImo?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Pengaruh variabel *empathy* terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan fitur e-SBN BRImo.
2. Pengaruh variabel *persuasion* terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan fitur e-SBN BRImo.
3. Pengaruh variabel *impact* terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan fitur e-SBN BRImo.
4. Pengaruh variabel *communication* terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan fitur e-SBN BRImo.
5. Pengaruh efektivitas iklan *online* e-SBN BRImo dengan menggunakan metode EPIC model terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan fitur e-SBN BRImo.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat membantu memperkuat pemahaman tentang bagaimana empat variabel EPIC saling terkait dan berkontribusi pada efektivitas iklan yang mempengaruhi perilaku masyarakat.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini dapat membantu praktisi perusahaan iklan *online* mengembangkan pendekatan baru dalam merancang iklan. Misalnya, dengan mempertimbangkan empat metode EPIC secara bersamaan, praktisi dapat mengembangkan iklan yang lebih efektif, yang mampu meningkatkan daya tarik iklan dan mempengaruhi perilaku masyarakat.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

1. Bab 1 : Pendahuluan

Bab ini memaparkan latar belakang penulisan, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

2. Bab 2 : Tinjauan Pustaka

Bab ini berfokus pada landasan teori yang mendukung setiap variabel, ringkasan penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

3. Bab 3 : Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan deskripsi dan definisi operasional variabel penelitian, penentuan populasi, sampel, jenis sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

4. Bab 4 : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi deskripsi objek penelitian, analisis data, interpretasi hasil, serta argumen yang mengemukakan hasil penelitian.

5. Bab 5 : Penutup

Bab ini menyajikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengolahan dan penelitian. Selain itu, bab ini juga memberikan saran-saran untuk perusahaan hingga peneliti selanjutnya.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, penulis dapat menyimpulkan beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. Variabel *Empathy* tidak berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan fitur e-SBN BRImo. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *t* hitung yang ditemukan lebih kecil dari *t* tabel, dimana $1.583 < 1.98$. Kemudian nilai signifikansi juga lebih besar dari nilai tingkat signifikansi 5% atau ($0.116 > 0.05$). Padahal iklan online dinilai dari variabel *empathy* menunjukkan kategori sangat efektif dengan hasil 4.20, akan tetapi tidak adanya pengaruh terhadap minat pada generasi milenial.
2. Variabel *Persuasion* berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan fitur e-SBN BRImo. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *t* hitung yang ditemukan lebih besar dari *t* tabel, dimana $5.393 > 1.98$. Kemudian nilai signifikansi juga lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi 5% atau ($0.000 < 0.05$). Selain itu, iklan online fitur e-SBN BRImo dinilai dari variabel *persuasion* juga dikatakan efektif dengan hasil 4.07.
3. Variabel *Impact* tidak berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan fitur e-SBN BRImo. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *t* hitung yang ditemukan lebih kecil dari *t* tabel, dimana $1.246 < 1.98$. Kemudian nilai signifikansi juga lebih besar dari nilai tingkat signifikansi 5% atau ($0.216 > 0.05$). Padahal iklan online dinilai dari variabel *impact* menunjukkan kategori sangat efektif dengan hasil 4.54 dimana merupakan skor tertinggi dari ketiga variabel, akan tetapi tidak adanya pengaruh terhadap minat pada generasi milenial.
4. Variabel *Communication* berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan fitur e-SBN BRImo. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *t* hitung yang ditemukan lebih besar dari *t* tabel, dimana



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.602 > 1.98. Kemudian nilai signifikansi juga lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi 5% atau ($0.011 < 0.05$). Selain itu, iklan online fitur e-SBN BRI_{Mo} dinilai dari variabel *communication* juga dikatakan sangat efektif dengan hasil 4.32.

5. Nilai EPIC rate yang tertera pada subbab 4.3.2.5 menunjukkan adanya efektivitas iklan online e-SBN BRI_{Mo} yang dihasilkan dari metode EPIC model. Kemudian penelitian ini juga menghasilkan bahwa variabel *empathy*, *persuasion*, *impact* dan *communication* berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan fitur e-SBN BRI_{Mo}. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *f* hitung yang ditemukan lebih besar dari nilai *f* tabel, dimana $22.50 > 2,46$. Kemudian, nilai signifikansi juga lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi 5%, atau ($0.000 < 0.05$). Dengan begitu, maka dapat disimpulkan bahwa *Emphaty*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication* secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap minat dari generasi milenial untuk menggunakan BRI_{Mo}.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank BRI

Bagi pihak internal pemasaran Bank BRI supaya promosi perusahaan bisa mencapai target, wajib dibuat perencanaan terlebih dahulu dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang terkait dengan promosi, sehingga promosi perusahaan bisa mencapai target yang diinginkan. Sebagaimana hasil penelitian penulis yang menunjukkan bahwa iklan fitur e-SBN BRI_{Mo} tidak mempengaruhi minat milenial dari segi variabel *empathy* & *impact*. Hal tersebut dapat dilakukan dengan peninjauan kembali profil target *audience* yang dituju untuk iklan e-SBN BRI_{Mo}. Periksa apakah target *audience* yang ditentukan sudah tepat dan relevan. Karena variabel *empathy* tidak mempengaruhi minat milenial, pertimbangkan untuk memperluas target *audience* atau menyesuaikan segmentasi yang

dilakukan dengan memahami karakteristik dan preferensi audiens yang lebih baik. Dan karena variabel *impact* tidak mempengaruhi minat milenial, maka internal pemasaran bank BRI dapat dengan sering *me-repost* dan *boost post* iklan tersebut agar dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman yang baik tentang merek BRI dan fitur e-SBN BRImo. Buat pengalaman yang menyenangkan dan terpercaya bagi konsumen melalui pesan yang jelas, konsisten, dan terarah. Selain itu, untuk lebih menarik target konsumen, BRImo dapat menggunakan *influencer* yang digemari banyak milenial pada iklannya sehingga dapat meningkatkan efektivitas dari variabel *persuasion*. Dan pastikan komunikasi yang konsisten dan efektif dengan konsumen. Karena penelitian ini menemukan adanya pengaruh yg signifikan dari komunikasi terhadap minat.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi para peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat mengembangkan variabel dan dimensi yang dapat mengukur efektifitas sebuah iklan, seperti dengan *Direct Rating Method* dengan menggunakan dimensi yang beda dari penelitian penulis yaitu perhatian dan penerimaan atas suatu pernyataan. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat meneliti iklan melalui media lainnya seperti Youtube maupun Google yang dimana sudah marak juga digunakan oleh perbankan. Serta dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda seperti Kualitatif dan sebagainya.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR PUSTAKA

- Ardhanti, R. (2022). *Surat Berharga Negara, Investasi yang Seksi di Tengah Pandemi*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-yogyakarta/baca-artikel/15319/Surat-Berharga-Negara-Investasi-yang-Seksi-di-Tengah-Pandemi.html>
- Arikunto, S. (2007). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Bhasin, H. (2023). 10 Types of Advertising With Brands Example. *Advertising*.
- Gunawan, L. (2014). Efektivitas Iklan Televisi Suzuki Karimun Wagon R di Masyarakat Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(3), 1–10. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/3809>
- Hasanah, H. (2014). *VALIDITAS DAN RELIABILITAS*.
- Husein, U. (2003). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. RajaGrafindo Persada.
- Inovasi, S. N., Stmik, S., Sukabumi, N. M., No, V. I. I., Susilawati, K. S., Sukabumi, P. T. S., Model, E., Sukabumi, P. T. S., Emphaty, V., Kunci, K., Pendahuluan, P. T. S. I., Swasta, P. T., Swasta, P. T., Swasta, P. T., Masalah, R., Beberapa, P., Swasta, T., Penelitian, T., Swasta, T., & Snit, P. (2014). *Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta Di Sukabumi Dengan*.
- J.Supranto. (2000). *Statistik Teori Dan Aplikasi Edisi Keenam Jilid 1*. Jakarta Erlangga.
- Peramesti, N. P. D. Y., & Kusmana, D. (2018). Kepemimpinan Ideal Pada Era Generasi Milenial. *TRANSFORMASI: Jurnal Manajemen Pemerintahan*, 73–84. <https://doi.org/10.33701/jt.v10i1.413>
- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen pemasaran* (W. H. Adi Maulana (ed.)). Jakarta : Erlangga.
- Satrio, D., Pekalongan, U., Pekalongan, K., Asri, L., Pekalongan, U., Pekalongan, K., & Publik, K. (2023). *ANALISIS EMPATHY , PERSUATION , IMPACT DAN COMMUNICATION (EPIC MODEL) DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN PUBLIK*. 06(2014), 350–358.
- Statistika, B. P. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Sugiarto, Duriyanto, Darmadi, Widjaja, Anton Wachidin, Supratikno, H. (2003). *Inovasi Pasar dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program dan Teknik Pengukuran*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Form Kuesioner Responden

Form Kuesioner dapat diakses melalui <https://bit.ly/MilenialBantuDhea> atau <https://forms.gle/6P4XgYjTAH5W2FNp8>

BRI mo

Kuesioner Penelitian Analisis Efektivitas Iklan Online e-SBN BRI mo Terhadap Minat Generasi Milenial dengan Metode EPIC Model

dheanadhifah02@gmail.com [Switch account](#)

Not shared

* Indicates required question

Pertanyaan Penyingkiran

Apakah Anda berusia 27-42 tahun? *

Ya

Tidak (Berhenti sampai di sini, terima kasih)

Apakah Anda memiliki dan menggunakan instagram? *

Ya

Tidak (Berhenti sampai di sini, terima kasih)

[Back](#) [Next](#) [Clear form](#)

BRI mo

Kuesioner Penelitian Analisis Efektivitas Iklan Online e-SBN BRI mo Terhadap Minat Generasi Milenial dengan Metode EPIC Model

dheanadhifah02@gmail.com [Switch account](#)

Not shared

* Indicates required question

Pertanyaan Profil

Nama Lengkap *

Your answer

Jenis Kelamin *

Laki-Laki

Perempuan

Usia *

Your answer

NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Penjelasan Fitur e-SBN BRImo

Fitur *Electronic Surat Berharga Negara (e-SBN) Ritel di BRIMO* adalah fitur baru pada aplikasi BRImo yang memudahkan nasabah dalam melakukan pembelian SBN Ritel dan melakukan pengecekan kepemilikan SBN dari pembelian melalui mitra distribusi Bank BRI sebelumnya.

Sebagai generasi milenial yang sedang meningkatnya rasa ingin berinvestasi, bagaimana Anda melihat iklan *online* BRImo tentang fitur terbarunya?

Iklan *Online* Fitur e-SBN BRImo



Sudahkan Anda melihat iklan *online* fitur e-SBN BRImo diatas? *

Ya, sudah

Sudah berapa kali Anda melihat iklan ini? *

1 Kali

> 1 Kali

Clear form

Domisili Tempat Tinggal *

Jakarta

Bogor

Depok

Tangerang

Bekasi

Pendidikan Terakhir *

SMA/Sederajat

Diploma (D1, D2, D3)

Sarjana (S1, S.Tr)

Pasca Sarjana (S2)

Lainnya

Penghasilan Selama Sebulan *

< Rp. 2.000.000

Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000

Rp. 5.000.000 - Rp 10.000.000

Rp 10.000.000 - Rp 15.000.000

> Rp 15.000.000

Username Instagram *

Your answer

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1. 2 Rekapitulasi Jawaban Responden

Responden	Empathy (X1)				TotalEMP	Persuasion (X2)				TotalPER	Impact (X3)				TotalIMP	Communication (X4)				TotalCOM	Minat (Y)					TotalMIN
	EMP1	EMP2	EMP3	EMP4		PER1	PER2	PER3	PER4		IMP1	IMP2	IMP3	IMP4		COM1	COM2	COM3	COM4		MIN1	MIN2	MIN3	MIN4	MIN5	
1	4	4	5	5	18	5	4	2	11	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	4	4	23			
2	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25			
3	5	5	4	4	18	4	5	4	13	4	5	4	13	4	4	5	13	5	4	4	4	4	21			
4	3	4	4	4	15	4	4	5	13	4	4	4	12	4	3	4	11	3	4	4	4	5	20			
5	4	4	4	4	16	4	4	3	11	3	4	5	12	4	4	4	12	4	4	4	2	2	16			
6	3	3	3	5	14	3	3	3	9	3	3	5	11	4	4	4	12	3	3	4	3	3	16			
7	5	5	5	3	18	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	5	11	3	3	3	3	4	16			
8	2	3	4	4	13	5	4	2	11	5	5	4	14	4	4	5	13	4	3	4	4	4	19			
9	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	4	3	17			
10	4	5	3	2	14	5	4	2	11	5	4	5	14	5	4	5	14	3	2	5	4	5	19			
11	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25			
12	4	4	3	3	14	4	4	2	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	3	3	17			
13	4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	5	4	4	20			
14	4	4	5	4	17	4	4	5	13	5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	5	5	5	23			
15	3	4	4	4	15	3	3	2	8	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	3	3	17			
16	5	5	4	5	19	5	4	4	13	4	4	4	12	4	5	4	13	4	5	4	4	4	21			
17	5	4	4	5	18	4	5	4	13	4	4	5	13	4	5	4	13	4	5	4	5	4	22			
18	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	4	4	18			
19	4	5	4	4	17	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25			
20	4	3	4	4	15	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20			
21	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20			
22	4	5	4	5	18	4	5	4	13	4	5	4	13	5	4	4	13	4	5	5	4	5	23			
23	4	4	4	4	16	4	4	3	11	5	4	4	13	5	4	4	13	4	5	4	3	3	19			
24	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20			
25	4	4	4	5	17	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	4	14	4	4	4	2	2	16			
26	4	4	4	4	16	5	4	3	12	4	4	5	13	4	4	4	12	5	5	5	4	4	23			
27	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	3	4	5	3	3	18			
28	5	4	4	4	17	5	4	3	12	4	4	4	12	4	5	5	14	5	4	4	4	4	21			
29	5	5	5	5	20	3	4	1	8	5	3	4	12	4	4	4	12	3	4	3	3	3	16			
30	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	5	5	5	23			
31	4	3	4	3	14	4	3	3	10	4	3	3	10	4	4	4	12	4	3	3	3	3	16			
32	3	3	4	3	13	4	3	3	10	4	3	4	11	4	4	4	12	3	3	3	3	3	15			
33	3	4	4	5	16	4	4	3	11	4	4	5	13	5	5	5	15	4	4	4	5	5	22			
34	4	4	4	3	15	4	3	1	8	5	4	4	13	4	4	5	13	4	3	4	3	4	18			
35	4	4	4	4	16	5	4	3	12	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	5	4	4	23			
36	4	4	5	5	18	5	4	3	12	4	4	5	13	5	4	4	13	4	4	5	5	5	23			
37	5	5	4	5	19	5	4	4	13	5	4	5	14	4	4	5	13	4	5	5	4	4	22			
38	5	4	4	5	18	5	4	5	14	4	5	5	14	5	4	5	14	4	5	5	4	5	23			
39	5	5	4	4	18	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	5	14	5	5	4	5	5	24			
40	4	4	5	5	18	5	4	4	13	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	4	4	23			
41	4	5	5	4	18	5	4	3	12	5	4	5	14	4	4	5	13	5	4	5	4	4	22			
42	5	5	4	4	18	5	5	4	14	4	3	5	12	5	4	5	14	4	5	4	5	5	23			
43	5	4	4	4	17	5	4	5	14	5	5	4	14	4	3	4	11	4	4	5	3	5	21			
44	4	5	3	4	16	5	4	3	12	5	4	5	14	5	5	4	14	4	5	5	4	4	22			
45	4	5	4	4	17	5	4	4	13	4	4	5	13	4	4	4	12	4	5	5	4	4	22			
46	5	4	5	5	19	5	5	4	14	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	4	4	23			
47	4	4	5	5	18	5	4	4	13	5	4	5	14	4	5	5	14	4	4	5	5	4	22			
48	4	4	5	3	16	5	5	4	14	4	3	3	10	3	4	4	11	5	5	4	4	4	22			
49	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20			
50	4	4	5	4	17	4	4	4	12	5	4	5	14	4	5	5	14	5	5	5	4	4	23			



- Hak Cipta :**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Responden	Empathy (X1)				TotalEMP	Persuasion (X2)			TotalPER	Impact (X3)			TotalIMP	Communication (X4)			TotalCOM	Minat (Y)					TotalMIN
	EMP1	EMP2	EMP3	EMP4		PER1	PER2	PER3		IMP1	IMP2	IMP3		COM1	COM2	COM3		MIN1	MIN2	MIN3	MIN4	MIN5	
51	5	5	4	5	19	5	5	5	15	4	4	5	13	5	4	5	14	5	4	4	5	5	23
52	5	4	4	5	18	4	5	3	12	5	4	5	14	5	4	4	13	4	5	4	4	5	22
53	5	4	5	5	19	5	5	4	14	5	3	5	13	4	4	5	13	5	5	4	4	5	23
54	5	4	5	4	18	4	4	4	12	5	4	5	14	5	5	5	16	4	5	5	4	4	22
55	5	5	4	5	19	4	4	3	11	5	3	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
56	5	4	4	4	17	5	4	3	12	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	4	4	4	21
57	5	4	4	4	17	3	5	5	13	5	5	4	14	4	4	3	11	4	5	3	3	5	20
58	5	5	4	4	18	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	4	13	4	5	5	4	4	22
59	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
60	4	5	4	4	17	5	5	4	14	4	5	3	12	4	5	4	13	4	5	5	4	4	22
61	5	4	5	4	17	4	5	3	12	4	5	4	13	5	4	5	14	5	4	4	5	4	22
62	5	4	4	5	18	5	4	3	12	5	3	5	13	5	5	4	14	4	5	5	5	4	23
63	4	5	4	4	17	4	3	4	11	3	5	4	12	4	3	5	12	4	5	5	3	4	21
64	5	5	5	4	19	3	5	4	12	4	5	4	13	5	4	4	13	4	5	5	5	4	23
65	4	5	5	4	18	4	4	5	13	4	3	5	12	4	4	5	13	4	3	5	4	4	20
66	4	4	4	5	17	5	4	4	13	5	4	5	14	4	5	5	14	5	5	5	4	4	23
67	4	5	5	3	17	3	4	4	11	5	3	4	12	5	4	4	13	5	4	4	4	3	20
68	4	5	5	4	18	4	5	5	14	3	5	5	13	4	4	5	13	4	5	5	4	5	23
69	5	5	4	5	19	3	3	4	10	4	4	3	11	5	4	5	14	5	5	4	5	3	22
70	4	4	4	5	17	4	3	5	12	3	3	4	10	5	5	4	14	4	5	5	3	4	21
71	4	4	5	3	16	5	4	4	13	4	3	5	12	5	5	4	14	4	5	5	5	4	23
72	3	4	4	5	16	4	5	5	14	5	5	4	14	3	5	4	12	3	4	5	4	5	21
73	4	3	5	4	16	4	5	3	12	5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	5	3	4	20
74	4	5	5	4	18	4	4	5	13	4	4	5	13	5	5	4	14	4	4	5	5	4	22
75	4	3	5	4	16	5	4	3	12	5	3	4	12	5	5	4	14	4	5	3	4	4	20
76	4	5	4	4	17	5	4	4	13	3	3	4	10	5	5	4	14	4	3	4	5	5	21
77	4	4	5	3	16	4	3	4	11	4	3	5	12	4	5	5	14	3	4	4	4	5	20
78	4	5	5	4	18	3	5	4	12	5	4	4	13	4	5	4	13	3	4	4	5	5	21
79	4	4	3	4	15	5	5	3	13	4	5	5	14	4	5	4	13	5	4	4	5	5	23
80	4	4	4	5	17	5	5	4	14	4	3	4	11	4	4	5	13	5	5	5	5	4	24
81	3	5	4	5	17	4	3	5	12	5	3	4	12	5	5	5	15	4	3	5	5	4	21
82	5	5	4	4	18	4	4	3	11	4	4	4	13	4	4	4	12	4	5	4	5	4	22
83	3	5	5	4	17	4	5	5	14	3	4	4	11	4	5	5	14	4	5	4	5	4	22
84	5	4	5	3	17	4	3	5	12	4	5	3	12	4	5	5	14	5	5	3	4	5	22
85	4	5	5	4	18	4	5	3	12	4	5	4	13	5	4	5	14	5	4	4	5	3	21
86	4	3	5	5	17	3	5	3	11	5	5	4	14	3	5	4	12	4	4	3	5	4	20
87	4	5	4	3	16	4	5	3	12	3	4	5	12	5	4	5	14	5	5	4	3	5	22
88	4	3	4	5	16	4	5	3	12	5	3	4	12	4	5	4	13	4	5	5	3	4	21
89	4	4	5	4	17	4	5	3	12	5	3	4	12	5	5	4	14	4	4	5	3	4	20
90	4	4	5	3	16	5	5	4	14	4	3	5	12	5	4	5	14	4	5	5	4	3	21
91	4	4	5	4	17	4	5	3	12	4	4	5	13	5	4	5	14	4	5	4	4	5	22
92	4	5	4	4	17	5	5	4	14	5	3	4	12	5	4	4	13	4	4	4	4	5	21
93	4	4	5	5	18	4	4	3	11	5	3	4	12	5	5	4	14	4	4	5	4	4	21
94	4	5	5	5	19	4	4	3	11	5	3	4	12	5	4	4	13	4	5	5	4	4	22
95	5	4	4	4	17	5	4	5	14	5	4	4	13	4	4	4	12	3	4	4	5	5	21
96	4	5	4	4	17	5	4	5	14	5	4	5	14	4	5	4	13	5	5	4	5	4	23
97	5	3	4	3	15	4	5	3	12	5	3	4	12	4	4	5	13	4	5	3	4	4	20
98	4	4	5	3	16	5	4	5	14	3	4	4	11	5	3	4	12	5	3	4	4	5	21
99	3	4	4	5	16	4	5	3	12	4	3	5	12	4	5	4	13	4	5	5	3	3	20
100	4	5	4	4	17	5	4	3	12	5	3	4	12	4	4	5	13	5	5	4	5	4	23
101	4	4	4	5	17	4	5	3	12	4	4	5	13	4	5	5	14	5	5	5	4	4	23
102	5	5	5	4	19	5	5	4	14	4	3	5	12	5	4	5	14	4	3	5	3	4	19
103	5	3	4	5	17	4	5	3	12	5	4	5	14	5	4	4	13	4	5	5	4	4	22
104	4	3	4	4	15	4	4	3	11	4	3	4	11	4	5	4	13	4	4	4	5	4	21
105	4	4	4	5	17	4	5	3	12	4	5	5	14	4	5	5	14	5	5	5	4	4	23
106	4	4	4	5	17	4	5	3	12	4	5	5	14	4	5	5	14	5	5	5	4	4	23
107	4	5	4	4	17	5	4	4	13	3	4	5	12	4	5	4	13	5	5	4	5	4	23
108	5	4	4	4	17	5	3	4	12	5	4	4	13	4	3	5	12	4	4	3	4	5	20

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Lampiran 1. 3 Distribusi Pernyataan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
<i>Empathy (X1)</i>						
1	Saya menyukai iklan <i>online</i> e-SBN BRImo.	0	1	9	62	36
2	Menurut Saya, Iklan <i>online</i> e-SBN BRImo memiliki daya tarik yang tinggi.	0	0	12	53	43
3	Iklan <i>online</i> e-SBN BRImo membuat Saya merasa relevan dengan tren dan kebutuhan masa depan.	0	0	5	62	41
4	Fitur yang ditawarkan pada iklan <i>online</i> e-SBN BRImo sesuai dengan kebutuhan Saya saat ini.	0	1	14	55	38
<i>Persuasion (X2)</i>						
1	Setelah melihat iklan <i>online</i> e-SBN BRImo, Saya ingin mencoba fitur yang ditawarkan.	0	0	12	51	45
2	Setelah melihat iklan <i>online</i> e-SBN BRImo, Saya menjadi yakin untuk menggunakan produk saat dibutuhkan.	0	0	15	52	41
3	Setelah melihat iklan <i>online</i> e-SBN BRImo, Saya tidak tertarik untuk menggunakan atau melihat fitur lain yang sejenis.	2	5	43	33	25
<i>Impact (X3)</i>						

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1	Saya mengetahui fitur e-SBN BRImo setelah melihat iklan <i>online</i> .	0	0	12	51	45
2	Menurut Saya, Iklan <i>online</i> e-SBN BRImo lebih kreatif dibandingkan dengan iklan <i>online</i> pesaingnya.	0	0	31	53	24
3	Iklan <i>online</i> e-SBN BRImo tampil beda dengan adanya penjelasan yang informatif & <i>relatable</i> , sehingga membuat Saya semakin tertarik terhadap fitur yang dimiliki.	0	0	6	55	47
Communication (X4)						
1	Iklan <i>online</i> e-SBN BRImo membuat Saya mengetahui tentang kemudahan dan tata cara berinvestasi di usia muda.	0	0	4	57	47
2	Saya mendapat informasi yang jelas tentang fitur melalui iklan.	0	0	6	56	46
3	Saya memiliki kesan yang positif setelah melihat iklan <i>online</i> e-SBN Brimo.	0	0	1	60	47
Minat (Y)						
1	Saya akan menggunakan fitur e-SBN BRImo di masa mendatang setelah melihat iklan.	0	0	15	60	33
2	Saya mencari informasi terhadap fitur e-SBN BRImo setelah melihat iklan.	0	1	14	38	55
3	Saya tertarik untuk mencoba fitur e-SBN BRImo, dimana merupakan fitur yang belum pernah Saya gunakan sebelumnya.	0	0	10	47	51

4	Saya akan merekomendasikan fitur e-SBN BRIImo kepada orang lain.	0	2	20	51	35
5	Saya akan membicarakan fitur e-SBN BRIImo dengan orang lain.	0	2	14	62	30



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1. 4 Hasil Uji Validitas

Validitas X1

		Correlations				
		EMP1	EMP2	EMP3	EMP4	TotalEMP
EMP1	Pearson Correlation	1	.287**	.148	.104	.663**
	Sig. (2-tailed)		.003	.127	.284	.000
	N	108	108	108	108	108
EMP2	Pearson Correlation	.287**	1	.118	.014	.619**
	Sig. (2-tailed)	.003		.224	.885	.000
	N	108	108	108	108	108
EMP3	Pearson Correlation	.148	.118	1	.016	.505**
	Sig. (2-tailed)	.127	.224		.870	.000
	N	108	108	108	108	108
EMP4	Pearson Correlation	.104	.014	.016	1	.527**
	Sig. (2-tailed)	.284	.885	.870		.000
	N	108	108	108	108	108
TotalEMP	Pearson Correlation	.663**	.619**	.505**	.527**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas X2

		Correlations			
		PER1	PER2	PER3	TotalPER
PER1	Pearson Correlation	1	.282**	.224*	.678**
	Sig. (2-tailed)		.003	.020	.000
	N	108	108	108	108
PER2	Pearson Correlation	.282**	1	.167	.648**
	Sig. (2-tailed)	.003		.085	.000
	N	108	108	108	108
PER3	Pearson Correlation	.224*	.167	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.020	.085		.000
	N	108	108	108	108
TotalPER	Pearson Correlation	.678**	.648**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Validitas X3

		Correlations			
		IMP1	IMP2	IMP3	TotalIMP
IMP1	Pearson Correlation	1	.023	.107	.611**
	Sig. (2-tailed)		.817	.272	.000
	N	108	108	108	108
IMP2	Pearson Correlation	.023	1	.081	.640**
	Sig. (2-tailed)	.817		.405	.000
	N	108	108	108	108
IMP3	Pearson Correlation	.107	.081	1	.594**
	Sig. (2-tailed)	.272	.405		.000
	N	108	108	108	108
TotalIMP	Pearson Correlation	.611**	.640**	.594**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas X4

		Correlations			
		COM1	COM2	COM3	TotalCOM
COM1	Pearson Correlation	1	.143	.087	.662**
	Sig. (2-tailed)		.140	.373	.000
	N	108	108	108	108
COM2	Pearson Correlation	.143	1	.030	.656**
	Sig. (2-tailed)	.140		.761	.000
	N	108	108	108	108
COM3	Pearson Correlation	.087	.030	1	.556**
	Sig. (2-tailed)	.373	.761		.000
	N	108	108	108	108
TotalCOM	Pearson Correlation	.662**	.656**	.556**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Validitas Y

		Correlations					
		MIN1	MIN2	MIN3	MIN4	MIN5	TotalMIN
MIN1	Pearson Correlation	1	.472**	.198*	.265**	.186	.641**
	Sig. (2-tailed)		.000	.039	.006	.054	.000
	N	108	108	108	108	108	108
MIN2	Pearson Correlation	.472**	1	.311**	.215*	.177	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.026	.067	.000
	N	108	108	108	108	108	108
MIN3	Pearson Correlation	.198*	.311**	1	.163	.191*	.570**
	Sig. (2-tailed)	.039	.001		.092	.047	.000
	N	108	108	108	108	108	108
MIN4	Pearson Correlation	.265**	.215*	.163	1	.489**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.006	.026	.092		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
MIN5	Pearson Correlation	.186	.177	.191*	.489**	1	.640**
	Sig. (2-tailed)	.054	.067	.047	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108
TotalMIN	Pearson Correlation	.641**	.679**	.570**	.682**	.640**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Lampiran 1. 5 Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.704	5

Reliabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.766	4

Reliabilitas X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.706	4

Reliabilitas X4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.716	4

Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.755	6

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1. 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.000000
	Std. Deviation		1.68523355
Most Extreme Differences	Absolute		.122
	Positive		.064
	Negative		-.122
Test Statistic			.122
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.076 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.069
		Upper Bound	.083

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.270	2.607		.487	.627		
	TotalEMP	.204	.129	.130	1.583	.116	.763	1.311
	TotalPER	.641	.119	.454	5.393	.000	.732	1.367
	TotalIMP	.192	.154	.101	1.246	.216	.786	1.273
	TotalCOM	.461	.177	.209	2.602	.011	.804	1.243

a. Dependent Variable: TotalMIN

Heteroskedastisitas



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.393	1.807		1.878	.063
	TotalEMP	.084	.089	.103	.942	.348
	TotalPER	-.147	.082	-.200	-1.788	.077
	TotalIMP	-.101	.107	-.102	-.941	.349
	TotalCOM	-.044	.123	-.038	-.360	.719

a. Dependent Variable: ABSRES





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1. 7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.683 ^a	.466	.446	1.71764

a. Predictors: (Constant), TotalCOM, TotalEMP, TotalIMP, TotalPER

b. Dependent Variable: TotalMIN

Lampiran 1. 8 Hasil Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	265.526	4	66.382	22.500	.000 ^b
	Residual	303.881	103	2.950		
	Total	569.407	107			

a. Dependent Variable: TotalMIN

b. Predictors: (Constant), TotalCOM, TotalEMP, TotalIMP, TotalPER

Uji t (Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.270	2.607		.487	.627		
	TotalEMP	.204	.129	.130	1.583	.116	.763	1.311
	TotalPER	.641	.119	.454	5.393	.000	.732	1.367
	TotalIMP	.192	.154	.101	1.246	.216	.786	1.273
	TotalCOM	.461	.177	.209	2.602	.011	.804	1.243

a. Dependent Variable: TotalMIN

Lampiran 1. 9 Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.435	2.204		2.013	.047
	TotalPER	.748	.110	.530	6.823	.000
	TotalCOM	.569	.171	.258	3.318	.001

a. Dependent Variable: TotalMIN



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Lampiran 1. 10 Lembar Bimbingan Penulisan Skripsi

NIM : 1904421037
 Nama : Dhea Nadhifah Arum
 Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan
 Dosen Pembimbing : Yenni Nuraeni, S.E., M.M

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1	21/03/23	Draft bab 1	
2	24/03/23	Mengulas latar belakang dan objek penelitian	
3	28/03/23	Revisi bab 1	
4	10/04/23	Mengulas bab 1-3	
6	20/05/23	Revisi proposal skripsi	
7	5/06/23	Mengulas kuesioner dan penyetujuan kuesioner	
8	10/06/23	Tes uji coba validitas dan reliabilitas pada 35 responden pertama	
9	15/06/23	Validitas dan reliabilitas disetujui, pengolahan data secara keseluruhan	
10	23/06/23	Revisi bab 4 dan 5	
11	7/7/23	Bab 1-5 disetujui dosen pembimbing	

Menyetujui Ketua Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan

Depok, 18 Juli 2023

Heri Abrianto, S.E., M.M.

NIP.196510051997021001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta