



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



PENGARUH *COPYWRITING* PADA WEBSITE HALODOC TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

PUSPA MAULIDA LESTARI



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

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



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “Pengaruh *Copywriting* pada Website Halodoc terhadap Minat Beli Konsumen” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Puspa Maulida Lestari
J0301211020

RINGKASAN

PUSPA MAULIDA LESTARI. Pengaruh *Copywriting* pada Website Halodoc terhadap Minat Beli Konsumen. Dibimbing oleh ANDRIYONO KILAT ADHI dan ALFI RAHMAWATI

Di era digital, *copywriting* yang efektif memiliki peran penting dalam menarik perhatian dan membujuk konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *copywriting* yang diterapkan pada website Halodoc terhadap minat beli konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang merupakan pengguna aktif Halodoc.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *copywriting* (nilai X), yang diukur melalui elemen-elemen seperti gaya bahasa, kejelasan informasi, dan daya tarik emosional. Sedangkan variabel dependen adalah minat beli (nilai Y), yang diukur berdasarkan niat responden untuk melakukan pembelian setelah mengakses informasi di website.

Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *copywriting* terhadap minat beli konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa *copywriting* yang baik dapat meningkatkan minat beli, sehingga penting bagi platform digital seperti Halodoc untuk terus mengembangkan strategi *copywriting* yang efektif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pemasaran digital serta praktik *copywriting* di industri kesehatan.

Kata kunci: *Copywriting*, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

PUSPA MAULIDA LESTARI. The Influence of *Copywriting* on the Halodoc Website on Consumer Purchase Interest. Supervised by ANDRIYONO KILAT ADHI and ALFI RAHMAWATI

In the digital era, effective *copywriting* plays an important role in attracting attention and persuading consumers. This study aims to analyze the influence of *copywriting* applied to the Halodoc website on consumer purchase interest. The research method used is quantitative with data collection through questionnaires distributed to respondents who are active Halodoc users.

The independent variable in this study is *copywriting* (X value), which is measured through elements such as language style, clarity of information, and emotional appeal. While the dependent variable is purchase interest (Y value), which is measured based on the respondent's intention to make a purchase after accessing information on the website.

The results of the analysis show a significant influence between *copywriting* and consumer purchase interest. This finding shows that good *copywriting* can increase purchase interest, so it is important for digital platforms such as Halodoc to continue to develop effective *copywriting* strategies. This study is expected to contribute to the development of digital marketing and *copywriting* practices in the health

Keywords: *Copywriting*, Consumer Purchase Interest



Judul Proposal : Pengaruh *Copywriting* pada website Halodoc terhadap Minat Beli Konsumen
Nama : Puspa Maulida Lestari
NIM : J0301211020

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

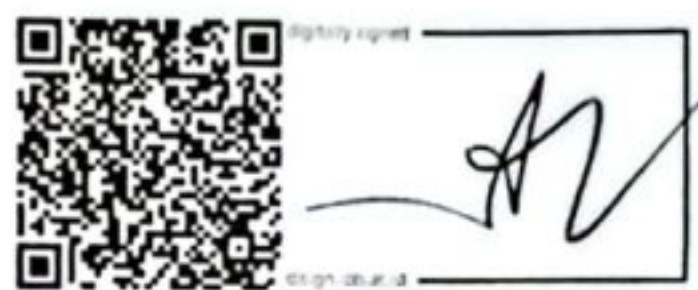
Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Ir. Andriyono Kilat Adhi

Pembimbing 2:

Alfi Rahmawati, S.K.Pm., M.Si.



Alfi Rahmawati

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Hudi Santoso, SSos, MP
NIP. 20180719 800524 1 001

Dekan Sekolah Vokasi:

Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP 196607171992031003



Tanggal Ujian:
24 Juni 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2025 sampai bulan Mei 2025 ini adalah "Pengaruh *Copywriting* pada website Halodoc terhadap Minat Beli Konsumen". Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada beberapa pihak yang telah membantu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis dalam penulisan Laporan Akhir ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Orang tua dan saudara penulis, Ibunda Dede Narsih dan Ayahanda Mugiyatna, Anisa Pratami, Yasinta putri, , Rehan egi, Intan purnamasari, selaku saudara yang memberikan motivasi, semangat, dan perhatian kepada penulis dalam proses penulisan Laporan Akhir ini.
2. Dr. Ir. Andriyono Kilat Adhi dan Alfi Rahmawati, S.K.Pm., M.Si. yang telah membimbing dan banyak memberi saran untuk penulisan Laporan Akhir ini.
3. Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB.
4. Dr. Hudi Santoso, S.Sos selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media.
5. Penghargaan penulis sampaikan kepada Divisi Marketing Halodoc yang telah memberi izin penelitian
6. Jajaran dosen dan asisten dosen Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB yang memberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
7. Serta teman-teman bimbingan dan angkatan 58 Komunikasi Digital dan Media yang telah menjadi saksi dari bagian perjuangan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini, yang selalu menghibur, dan mendukung penulis

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Puspa maulida Lestari

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 <i>Copywriting</i>	5
2.2 Minat beli	7
2.3 Website	8
2.4 Penelitian Terdahulu	9
2.5 Kerangka Pemikiran	12
III METODE	13
3.1 Jenis Penelitian	13
3.2 Lokasi dan Waktu	13
3.3 Metode Pengumpulan Data	13
3.4 Populasi dan sampel	15
3.5 Definisi Operasional	17
3.6 Metode Pengolahan Analisis Data	18
3.7 Uji Hipotesis	20
3.8 Output/Luaran Penelitian	21
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Gambaran umum perusahaan	22
4.2 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	23
4.3 Uji Asumsi Klasik	27
4.4 Karakteristik Responden	29
4.5 Faktor- faktor dalam <i>Copywriting</i> yang paling berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen	31
4.6 Pengaruh <i>Copywriting</i> pada website halodoc terhadap Minat Beli Konsumen	52
4.7 Uji Hipotesis	54
V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63
RIWAYAT HIDUP	69



DAFTAR TABEL

1	Penelitian Terdahulu	9
2	Skala likert	14
3	Definisi Oparasional <i>Copywriting</i> (X)	15
4	Definisi Oparasional Minat Beli Konsume (Y)	16
5	Uji Validitas Variabel X	21
6	Uji Validitas Variabel Y	23
7	Uji Reabilitas Variabel X	25
8	Uji Reabilitas Variabel Y	25
9	Hasil Uji Normalitas	25
10	Hasil Analisis Linearitas	27
11	Analisis Deskripsi Jawaban Responden Variabel X	29
12	Analisis Deskripsi Jawaban Responden Variabel Y	30
13	Faktor- faktor dalam <i>Copywriting</i> yang paling berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen	30
14	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	52
15	Hasil Uji T	54
16	Uji Koefisien Determinasi	55

DAFTAR GAMBAR

17	Kerangka Pemikiran	12
18	Logo Halodoc	22
19	Hasil Uji Normalitas Melalui Grafik Variabel X	26
20	Hasil Uji Normalitas Melalui Grafik Variabel Y	26
21	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
22	Profil Responden Berdasarkan Usia	28
23	Profil Responden Berdasarkan tempat tinggal	29

DAFTAR LAMPIRAN

24	Kuesioner Penelitian	61
25	Gambar <i>Copywriting</i> pada website halodoc	62