

**SKRIPSI**

**PENGARUH IKLAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP  
MINAT JUDI ONLINE DI KALANGAN REMAJA DESA  
TRIMULYO KECAMATAN PADANG CERMIN KABUPATEN  
PESAWARAN**

**Oleh:**

**ASTI LIANI  
NPM. 2103011014**



**Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1447 H / 2025 M**

**PENGARUH IKLAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT JUDI  
ONLINE DI KALANGAN REMAJA DESA TRIMULYO KECAMATAN  
PADANG CERMIN KABUPATEN PESAWARAN**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**ASTI LIANI**  
NPM. 2103011014

Dosen Pembimbing : Putri Swastika, M.IF., Ph.D.

Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**1447 H / 2025 M**

## NOTA DINAS

Nomor : -  
Lampiran : 1 (Satu) Berkas  
Perihal : **Pengajuan permohonan untuk dimunaqsyahkan**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Metro  
di-

Tempat

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb*

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka skripsi yang disusun oleh:

Nama : Asti Liani  
NPM : 2103011014  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : PENGARUH IKLAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL  
TERHADAP MINAT JUDI ONLINE DIKALANGAN  
REMAJA DESA TRIMULYO KECAMATAN PADANG  
CERMIN KABUPATEN PESAWARAN

Sudah saya setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro untuk dimunaqsyahkan

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb*

Metro, 19 Juni 2025  
Dosen Pembimbing

  
Putri Swastika, M.IF., Ph.D  
NIP. 198610302018012001

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH IKLAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL  
TERHADAP MINAT JUDI ONLINE DIKALANGAN REMAJA  
DESA TRIMULYO KECAMATAN PADANG CERMIN  
KABUPATEN PESAWARAN

Nama : Asti Liani  
NPM : 2103011014  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

## MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Metro, 17 Juni 2025  
Dosen Pembimbing

  
Putri Swastika, M.IE., Ph.D  
NIP. 198610302018012001



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Aliringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No.: B-1477 /In-28-3/0/PP.00-9 /07/2025

Skrripsi dengan Judul: PENGARUH IKLAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT JUDI ONLINE DI KALANGAN REMAJA DESA TRIMULYO KECAMATAN PADANG CERMIN KABUPATEN PESAWARAN, disusun oleh: Asti Liani, NPM: 2103011014, Prodi: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Selasa /24 Juni 2025.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Putri Swastika, M.I.F, Ph.D.

Penguji I : Yuyun Yunarti, M.Si.

Penguji II : Dr. Diana Ambarwati, M.E.Sy.

Sekretaris : Fikri Rizki Utama, M.S.Ak,Akt.

(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**Dr. Dri Santoso, M.H.**  
NIP. 19670315 199503 1 001

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH IKLAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT JUDI ONLINE DI KALANGAN REMAJA DESA TRIMULYO KECAMATAN PADANG CERMIN KABUPATEN PESAWARAN**

**Oleh:**

**ASTI LIANI  
NPM. 2103011014**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online di kalangan remaja Desa Trimulyo, Kecamatan Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran. Fenomena meningkatnya aktivitas judi online di kalangan remaja memunculkan kekhawatiran terhadap dampak sosial dan psikologis yang ditimbulkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarakan kepada 153 responden remaja berusia 12–18 tahun. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh iklan dan lingkungan sosial baik secara parsial maupun simultan terhadap minat judi online.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat judi online, baik secara parsial maupun simultan. Nilai R Square sebesar 0,604 menunjukkan bahwa 60,4% variasi minat judi online dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Temuan ini menunjukkan pentingnya pengawasan iklan digital dan pembinaan lingkungan sosial yang sehat untuk mencegah perilaku judi online pada remaja. Dan diharapkan dapat menjadi dasar bagi masyarakat, orang tua, dan pembuat kebijakan untuk merumuskan strategi pencegahan yang lebih efektif terhadap maraknya perjudian online di kalangan remaja.

**Kata Kunci :** *Iklan, Lingkungan Sosial, Minat Judi Online, Remaja.*

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ASTI LIANI  
NPM : 2103011014  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 19 Juni 2025

Yang menyatakan



Asti Liani  
NPM 2103011014

## MOTTO

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ  
وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ ﴿٥٩﴾

Artinya: “Seandainya mereka benar-benar rida dengan apa yang diberikan kepada mereka oleh Allah dan Rasul-Nya, dan berkata, “Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan kepada kami sebagian dari karunia-Nya, dan (demikian pula) Rasul-Nya. Sesungguhnya kami adalah orang-orang yang selalu hanya berharap kepada Allah.”(Qs. At-Ataubah:59)

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil'alaamin*, segala puji bagi Allah SWT dan atas rasa syukur kepada-Nya yang telah melimpahkan karunia serta melancarkan segala usaha dan upaya selama ini. Sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang saya persembahkan kepada:

1. Kepada orang tua yang sangat saya sayangi cinta pertama dan panutanku Ayahanda Khoironi dan pintu surgaku Ibunda Hamibah. Terimakasih untuk kasih sayang, segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan gelar Sarjana Ekonomi. Bahkan tak kenal lelah memberikan motivasi dan doa tak henti-hentinya untuk mendoakan keberhasilan anak-anaknya. Semoga ayah dan ibu sehat, panjang umur dan bahagia selalu.
2. Kepada adik ku tercinta Oka Berliansyah yang senantiasa memberikan semangat untuk peneliti. Peneliti akan selalu ada di belakangmu untuk segala hal yang tidak dapat kamu selesaikan sendiri. Dan ini alasan peneliti lebih semangat dalam menempuh sarjana.
3. Teruntuk sahabat tercinta Amara terimakasih sudah membuktikan bahwa teman kuliah tidak seburuk itu, bahkan jika nanti masa pertemanan itu sudah habis, percayalah aku akan tetap mengingat kamu sebagai orang yang telah menghiasi perjalananku. Dan terimakasih untuk waktu yang kita habiskan bersama, baik disaat senang maupun sulit.
4. Teruntuk diri sendiri Asti Liani, terimakasih sudah mampu bertahan hingga detik ini, terimakasih atas segala usaha untuk berproses dan berkembang menjadi lebih baik, dan terimakasih juga sudah mau menyadarkan bahwa diri sendiri ternyata tidak seburuk itu.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Iklan dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Judi Online di Kalangan Remaja Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran”. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd, Kons, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Metro.
2. Dr. Dri Santoso, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.
3. Muhammad Mujib Baidhowi, M.E, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Putri Swastika, M.IF., Ph.D, selaku pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran dan perhatian membimbing peneliti hingga sampai pada titik ini. Terima kasih telah mempercayai, membantu, dan selalu memberikan semangat serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Ibu Dosen di Institut Agama Islam Negeri Metro yang selalu memberikan arahan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah yang selalu memberikan dukungan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun sehingga pembuatan skripsi ini dapat lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kami khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Metro, 19 Juni 2025  
Peneliti,



Asti Liani  
NPM. 2103011014

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
F. Penelitian Relevan.....	10
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>13</b>
A. Minat Judi Online.....	13
1. Pengertian Minat Judi Online.....	13
2. Dimensi Minat Judi Online .....	17
3. Indikator Minat Judi Online .....	20
B. Iklan.....	22
1. Pengertian Iklan .....	22
2. Peran dari Iklan dalam Mempengaruhi Minat Individu .....	24

3. Jenis-jenis Iklan.....	25
4. Dimensi Iklan .....	26
5. Indikator Iklan .....	27
C. Lingkungan Sosial.....	28
1. Pengertian Lingkungan Sosial.....	28
2. Faktor-faktor Lingkungan Sosial .....	29
3. Dimensi Lingkungan Sosial .....	31
4. Indikator Lingkungan Sosial .....	33
D. Kerangka Berfikir.....	34
E. Hipotesis.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Rancangan Penelitian .....	40
B. Definisi Operasional Variabel.....	40
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	42
D. Teknik Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran .....	46
E. Pengujian Instrumen.....	48
F. Teknik Analisis Data.....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	60
1. Gambaran Umum Desa Trimulyo.....	60
2. Gambaran Umum Penduduk Desa Trimulyo.....	61
B. Profil Responden Penelitian .....	62
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	62
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	64
C. Hasil Analisis Data.....	65
1. Uji Instrumen .....	65
2. Uji Asumsi Klasik .....	69
3. Analisis Regresi Berganda .....	73
4. Uji Hipotesis .....	76

D. Pembahasan.....	80
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran .....	86

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Komposisi Penduduk menurut Kelompok Umur Desa Trimulyo Tahun 2024.....	4
Tabel 1.2 Penelitian Relevan.....	11
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....	68
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas .....	70
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas .....	71
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	73
Tabel 4.6 Hasil Uji T.....	76
Table 4.7 Hasil Uji F.....	77
Tabel 4.8 Hasil Uji R Square .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	35
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokodisitas .....	72

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Research
5. Surat Balasan Izin Research
6. Surat Izin Prasurevey
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Foto-foto Penelitian
11. Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pasar perjudian online global telah mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan The Business Research Company, nilai pasar ini diperkirakan meningkat dari \$88,65 miliar pada 2023 menjadi \$96,89 miliar pada 2024, dan terus tumbuh hingga mencapai \$137,26 miliar pada 2028. Pendorong utama pertumbuhan ini meliputi kemajuan teknologi, meningkatnya penggunaan ponsel pintar dan internet, serta popularitas pembayaran digital. Peningkatan daya beli masyarakat turut memperkuat perkembangan industri ini, menjadikannya salah satu sektor dengan laju pertumbuhan tercepat di dunia.<sup>1</sup>

Di Indonesia, tren serupa juga terlihat. Berdasarkan data dari Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK), jumlah transaksi judi online meningkat drastis dari Rp2 triliun pada 2017 menjadi Rp190 triliun dalam periode 2017–2022, dan melonjak tajam pada 2023 hingga Rp327 triliun. Pertumbuhan yang signifikan ini menimbulkan kekhawatiran, karena berdampak tidak hanya pada aspek ekonomi, tetapi juga pada kehidupan sosial masyarakat. Diperlukan intervensi serius dari pemerintah untuk

---

<sup>1</sup> The Business Research Company. "Online Gambling Global Market Report 2024." The Business Research Company. Diakses 19 Desember 2024. <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/online-gambling-global-market-report>.

menanggulangi risiko yang ditimbulkan, khususnya terhadap kelompok masyarakat yang rentan.<sup>2</sup>

Pemerintah Indonesia sendiri telah melarang segala bentuk perjudian, baik konvensional maupun online.<sup>3</sup> Larangan ini ditegaskan dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Pasal 303 KUHP. Pelaku dapat dikenai sanksi pidana penjara hingga 6 tahun dan/atau denda Rp1 miliar, sementara pemain judi dapat dipidana hingga 4 tahun dan/atau denda Rp10 juta. Meskipun regulasi telah ada, pertumbuhan judi online tetap sulit dibendung, terutama karena pengaruh kuat dari iklan dan media sosial.<sup>4</sup> Menurut survei Populix, sebanyak 82 persen pengguna internet di Indonesia menyadari keberadaan iklan judi online, dan 84 persen melihatnya di media sosial.<sup>5</sup> Iklan-iklan ini seringkali menggunakan strategi menarik seperti bonus besar atau janji keuntungan finansial. Selain itu, pengaruh lingkungan sosial juga turut mendorong keterlibatan dalam judi online. Sekitar 39 persen responden Populix mengaku mengenal orang yang bermain judi online, bahkan sebagian mengenal lebih dari lima orang. Kehadiran teman sebaya

---

Ahdiat, Adi. "Pemicu Kecanduan Judi, Ingin Cepat Kaya Sampai Kesenian." Databoks, Diakses pada 19 Desember 2024. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/a931e5d0c06b64e/pemicu-kecanduan-judi-ingin-cepat-kaya-sampai-kesepian>.

<sup>3</sup> Mahkamah Konstitusi. (2010). Pengujian Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1974 tentang Penertiban Perjudian. Jakarta.

<sup>4</sup> Indonesia. (2023). Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana. Lembaran RI Tahun 2023, No. 1. Sekretariat Negara. Jakarta.

<sup>5</sup> Populix. (2024). Understanding the Impact of Online Gambling Ads Exposure. Indonesia: Jakarta.

yang terlibat dalam aktivitas ini dapat menormalisasi perjudian dan mendorong lebih banyak orang untuk ikut serta.<sup>6</sup>

Selain iklan, dorongan untuk bermain judi online juga dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial.<sup>7</sup> Teman sering kali menjadi kelompok rujukan yang signifikan, di mana pendapat dan tindakan mereka dianggap penting dan dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Dalam lingkungan sosial ini, informasi dan dukungan dari teman sebaya berperan besar dalam membentuk persepsi dan minat seseorang terhadap perjudian online. Individu cenderung belajar dari tanggapan dan masukan teman sebaya untuk menilai apakah tindakan tertentu lebih baik, setara, atau bahkan lebih buruk dibandingkan dengan tindakan orang lain.<sup>8</sup>

Menurut Erikson dalam Jamilatul, masa remaja berada pada tahap kelima dari delapan tahap perkembangan psikososial, yaitu pada rentang usia antara 12 hingga 18 tahun. Pada tahap ini, individu mengalami masa transisi yang sangat penting dalam pembentukan identitas diri. Erikson menyebut tahap ini sebagai krisis antara "*identity vs. role confusion*", yang berarti remaja harus mampu membentuk identitas diri yang stabil agar tidak mengalami kebingungan peran. Remaja yang berhasil melalui tahap ini dengan baik akan tumbuh menjadi individu yang memiliki rasa percaya diri, arah tujuan yang

---

<sup>6</sup> Restu, Wulan Fuji, Asep Muhamad Ramdan, Erry Sunarya, and Rani Santika. "Analisis iklan Ruang Guru dan brand ambassador dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pengguna Ruang Guru." *Syntax* 2, no. 9 (2020): 691.

<sup>7</sup> Faradila, Alvina, and Amrizal Siagian. "Perilaku Penyimpangan Sosial dalam Praktik Perjudian Online di Kalangan Pengemudi Ojek Online Kawasan Pamulang Tangerang Selatan." *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik (JIHHP)* 4, no. 5 (2024).

<sup>8</sup> Hidayat, Wahyu, Djoko Setyabudi, and Nurist Surayya Ulfa. "Pengaruh Terpaan Iklan Judi Online Dan Intensitas Komunikasi Dengan Teman Sebaya Terhadap Minat Bermain Judi Online." *Interaksi Online* 12, no. 4 (2024): 637-647.

jelas, serta mampu berkontribusi secara positif dalam kehidupan sosial. Sebaliknya, jika gagal menemukan jati diri, remaja dapat mengalami kebingungan, ketidakpastian, bahkan kecemasan terhadap masa depan. Oleh karena itu, masa remaja menjadi fase krusial yang memerlukan dukungan dari lingkungan sekitar, seperti keluarga dan sekolah, agar proses pencarian identitas dapat berjalan dengan sehat dan konstruktif.<sup>9</sup> Berdasarkan data jumlah penduduk Desa Trimulyo menurut kelompok umur, dapat disusun gambaran demografi sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Komposisi Penduduk menurut Kelompok Umur**  
**Desa Trimulyo Tahun 2024**

No	Kelompok Umur	Jumlah
1	0-5	77
2	6-10	78
3	11-15	96
4	16-20	90
5	21-25	106
6	26-30	74
7	31-35	65
8	36-40	69
9	41-45	67
10	46-49	55
11	50-55	65
12	56-60	48
13	61-65	38
14	66-70	30
15	71-75	25
16	76-80	9
17	>80	12
<b>Total</b>		<b>1031</b>

**Sumber:** Data Penduduk Desa Trimulyo Tahun 2024

---

<sup>9</sup> Jimatul Rizki, Najrul. "Teori Perkembangan Sosial dan Kepribadian dari Erikson (Konsep, Tahap Perkembangan, Kritik & Revisi, dan Penerapan)." *Epistemic: Jurnal Ilmiah Pendidikan* 1, no. 2 (2022): 153-172.

Berdasarkan tabel tersebut, total penduduk Desa Trimulyo sebanyak 1.031 jiwa, dengan distribusi usia yang cukup merata di berbagai kelompok umur. Dalam penelitian ini, objek yang dijadikan bahan penelitian adalah remaja dengan rentang usia 12 hingga 18 tahun sesuai dengan teori psikologi Erikson. Pamong desa berpendapat bahwa minat judi online di Desa Trimulyo meningkat meskipun perilaku tersebut terlarang secara hukum dan norma masyarakat. Minat judi online di kalangan remaja ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan akses internet, pengaruh lingkungan, serta kurangnya pengawasan dari orang tua. Banyak dari mereka tergoda oleh janji keuntungan instan, namun justru terjerumus dalam hutang dan masalah finansial.<sup>10</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa remaja laki-laki dan remaja perempuan di Desa Trimulyo yang berusia 12-18 tahun. Diperoleh informasi bahwa iklan judi online yang sering muncul di media sosial, terutama Instagram, Tiktok, dan Google cukup memberikan pengaruh terhadap remaja tersebut. Meskipun lingkungan sosialnya secara umum menolak aktivitas judi online, beberapa remaja tersebut mengaku pernah merasa penasaran untuk mencoba judi online karena terpengaruh oleh iming-iming hadiah yang ditawarkan dalam iklan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada penolakan dari lingkungan sekitar, faktor pengaruh iklan dan dorongan dari rasa penasaran tetap dapat mempengaruhi minat remaja dalam mencoba judi online.

---

<sup>10</sup> Pamong Desa Trimulyo, wawancara oleh Asti Liani, 17 Februari 2025, Desa Trimulyo.

Temuan awal ini menunjukkan beberapa informan adanya ketegangan antara norma sosial yang berlaku di lingkungan sekitar dengan daya tarik personal yang dibentuk oleh paparan iklan digital. Oleh karena itu, fenomena ini penting untuk dikaji lebih lanjut secara empiris guna mengetahui sejauh mana pengaruh iklan judi online dan lingkungan sosial terhadap minat remaja dalam mencoba aktivitas perjudian online, terutama di wilayah pedesaan yang sedang mengalami perkembangan akses digital.

Pemilihan Desa Trimulyo sebagai lokasi penelitian didasarkan pada fenomena meningkatnya aktivitas judi online di kalangan remaja yang teridentifikasi melalui hasil wawancara awal dengan perangkat desa dan tokoh masyarakat setempat. Desa ini memiliki akses internet yang cukup baik serta tingginya penggunaan ponsel pintar di kalangan remaja, sehingga mempermudah mereka terpapar iklan judi online dan pengaruh lingkungan sosial. Selain itu, belum banyak penelitian sebelumnya yang secara khusus mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat judi online di wilayah pedesaan seperti Desa Trimulyo, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pencegahan dan penanganan masalah sosial tersebut di tingkat lokal. Oleh karena ini peneliti memilih penelitian berjudul “Pengaruh Iklan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Judi Online di Kalangan Remaja Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan dalam proposal ini, terdapat sejumlah permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Perkembangan teknologi digital dan media sosial mempermudah akses remaja terhadap berbagai konten, termasuk judi online. Iklan tersebut sering muncul dalam bentuk yang menarik dan masyarakat cenderung menolak aktivitas judi online, masih ditemukan remaja yang memiliki keinginan atau rasa ingin tahu untuk mencoba aktivitas ini.
2. Iklan judi online yang masif di media sosial diduga memengaruhi perilaku dan ketertarikan remaja untuk mencoba, akibat daya tarik dari promosi yang ditampilkan dalam iklan.
3. Lingkungan sosial remaja, khususnya teman sebaya, turut menjadi faktor pendorong dalam pembentukan sikap dan minat terhadap perjudian online.
4. Kurangnya pengawasan dari keluarga atau tokoh masyarakat tentang dampak negatif dari judi online. Rasa penasaran dan ketertarikan terhadap iming-iming hadiah menunjukkan bahwa masih banyak remaja yang belum memiliki kesadaran penuh tentang risiko dari aktivitas perjudian online.

## **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah, fokus, dan dapat dilakukan secara efektif, maka peneliti menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas pengaruh iklan dan lingkungan sosial sebagai variabel independen terhadap minat judi online sebagai variabel dependen.
2. Iklan yang dimaksud dalam penelitian ini terbatas pada iklan judi online yang muncul di media sosial, seperti Instagram, Tiktok, dan platform digital lainnya yang umum diakses remaja.
3. Lingkungan sosial dalam penelitian ini difokuskan pada pengaruh teman sebaya, keluarga, dan masyarakat sekitar terhadap minat remaja untuk terlibat dalam perjudian online.
4. Minat judi online yang dikaji dalam penelitian ini meliputi keinginan mencoba, frekuensi akses terhadap situs judi online, serta kecenderungan untuk berpartisipasi dalam aktivitas judi online.

#### **D. Rumusan Masalah**

Hasil penelitian sebelumnya menguatkan pentingnya meneliti pengaruh iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online di kalangan remaja. Penelitian oleh Muhammad Yusuf Akbar dkk. menunjukkan bahwa paparan iklan judi online di media sosial serta intensitas komunikasi dengan teman sebaya memiliki pengaruh signifikan terhadap meningkatnya minat berjudi, sedangkan pengawasan orang tua memiliki pengaruh yang lebih kecil.<sup>11</sup> Temuan ini didukung oleh penelitian Muhammad Wahyu Hidayat dkk. yang juga menegaskan bahwa komunikasi intensif dengan teman sebaya secara

---

<sup>11</sup> Syarifudin, Muhammad. "Pengaruh Fenomena Judi pada Pemuda Muslim Di Kota Pekalongan." PhD diss., UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2024.

positif mendorong minat terhadap perjudian online.<sup>12</sup> Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini yang menyoroti pengaruh iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online remaja di Desa Trimulyo menjadi sangat relevan dan perlu untuk dikaji lebih dalam dalam konteks lokal. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh iklan judi online terhadap minat melakukan judi online pada remaja di Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran?
2. Bagaimana pengaruh lingkungan sosial terhadap minat judi online di kalangan remaja Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran?
3. Bagaimana pengaruh iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online di kalangan remaja Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran?

## **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh iklan minat judi online di kalangan remaja Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.

---

<sup>12</sup> Hidayat, Wahyu, Djoko Setyabudi, and Nurist Surayya Ulfa. "Pengaruh Terpaan Iklan Judi Online Dan Intensitas Komunikasi Dengan Teman Sebaya Terhadap Minat Bermain Judi Online." *Interaksi Online* 12, no. 4 (2024): 637-647.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lingkungan sosial terhadap minat melakukan judi online di kalangan remaja Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh iklan dan lingkungan sosial secara simultan terhadap minat melakukan judi online di kalangan remaja Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.

## **2. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat:

### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini membantu memperdalam pemahaman persepsi remaja terhadap judi online, baik dari sisi media (iklan) maupun lingkungan sosial (keluarga, teman sebaya, dan masyarakat sekitar).

### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana judi online dapat menarik minat di kalangan remaja. Hal ini dapat mendorong masyarakat untuk lebih peduli dan aktif dalam melawan masalah judi online.

## **F. Penelitian Relevan**

Penelitian relevan merupakan uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Berdasarkan penelusuran yang peneliti lakukan menemukan beberapa karya ilmiah yang terkait dengan pembahasan peneliti, yaitu:

Tabel 1.2 Penelitian Relevan

No	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan Penelitian Ini
1	Rikza Ramadhan (2023) <sup>13</sup>	Pengaruh Paparan Online Gambling Ads dan Motif Perjudian terhadap Perilaku Perjudian Online pada Mahasiswa Surabaya.	Kuantitatif, regresi linier berganda, 97 responden dari 9 universitas	Iklan berpengaruh negatif sangat kecil, motif berjudi berpengaruh positif dan signifikan. Kedua variabel berpengaruh simultan.	Menguatkan bahwa iklan, meskipun tidak dominan, tetap berperan dalam membentuk perilaku berjudi dan relevan untuk diteliti pada remaja.
2	Muhammad Yusuf Akbar, Tandiyo Pradekso, Nurist Surayya Ulfa (2024) <sup>14</sup>	Pengaruh Terpaan Iklan Judi Online di Media Sosial, Tingkat Pengawasan Orang Tua, dan Intensitas Komunikasi Peer Group terhadap Minat Bermain Judi Online	Kuantitatif, paradigma positivistik, kuesioner.	Iklan dan teman sebaya berpengaruh signifikan; pengawasan orang tua juga berpengaruh tapi lebih kecil.	Memperkuat bahwa iklan dan lingkungan sosial (teman sebaya) adalah faktor signifikan terhadap minat berjudi online.
3	Muhammad Wahyu Hidayat, Djoko Setyabudi, Nurist	Pengaruh Terpaan Iklan Judi Online dan Intensitas Komunikasi dengan Teman	Kuantitatif eksplanatori, purposive sampling, 100 responden di Jawa Tengah	Iklan berpengaruh negatif, teman sebaya berpengaruh positif	Relevan karena menekankan pengaruh lingkungan sosial dan iklan sebagai dua

<sup>13</sup> Ramadhan, Rikza. "Pengaruh Paparan Online Gambling Ads dan Motif Perjudian Terhadap Perilaku Perjudian Online pada Mahasiswa Surabaya" PhD diss., Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2024.

<sup>14</sup> Akbar, Muhammad Yusuf, Tandiyo Pradekso, and Nurist Surayya Ulfa. "Pengaruh Terpaan Iklan Judi Online Di Media Sosial, Tingkat Pengawasan Orang Tua, Dan Intensitas Komunikasi Peer Group Terhadap Minat Bermain Judi Online." *Interaksi Online* 12, no. 4 (2024): 120-129.

No	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan Penelitian Ini
	Surayya Ulfa (2024) <sup>15</sup>	Sebaya terhadap Minat Bermain Judi Online		signifikan terhadap minat berjudi.	variabel utama terhadap minat judi online.

---

<sup>15</sup> Hidayat, Wahyu, Djoko Setyabudi, and Nurist Surayya Ulfa. "Pengaruh Terpaan Iklan Judi Online Dan Intensitas Komunikasi Dengan Teman Sebaya Terhadap Minat Bermain Judi Online." *Interaksi Online* 12, no. 4 (2024): 637-647.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Minat Judi Online**

##### **1. Pengertian Minat Judi Online**

Minat adalah kecenderungan atau gairah kuat terhadap suatu hal yang memotivasi seseorang untuk bertindak dan terlibat aktif dalam suatu kegiatan. Minat terbentuk melalui informasi relevan dan dipengaruhi oleh perasaan serta lingkungan sekitar.<sup>1</sup> Minat ini muncul setelah seseorang memperoleh informasi yang relevan tentang objek atau kegiatan yang menarik minatnya, disertai dengan keterlibatan perasaan yang terarah pada objek tersebut. Proses pembentukan minat ini juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.<sup>2</sup> Minat terhadap judi online adalah ketertarikan emosional dan kognitif seseorang untuk terlibat dalam aktivitas perjudian digital setelah terpapar informasi atau pengalaman yang membangkitkan rasa ingin tahu atau kesenangan terhadapnya.

Menurut Slameto, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat akan membuat individu cenderung untuk memilih dan melakukan suatu aktivitas secara sukarela karena dianggap menyenangkan atau

---

<sup>1</sup> Heri, Totong. "Meningkatkan motivasi minat belajar siswa." *Rausyan Fikr: Jurnal Pemikiran dan Pencerahan* 15, no. 1 (2019).

<sup>2</sup> Saputri, Devi, Syarwani Ahmad, and Neta Dian Lestari. "Hubungan Motivasi Belajar Siswa dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi SMK Negeri 1 Palembang." *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (e-Journal)* 7, no. 2 (2019).

menguntungkan<sup>3</sup>

Dalam konteks judi online, minat remaja sering kali dipicu oleh beberapa faktor, antara lain: kemudahan akses melalui internet, konten iklan yang menarik, serta dorongan emosional seperti keinginan mendapatkan keuntungan instan. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen menurut Engel, Blackwell, dan Miniard, yang menyatakan bahwa *consumer interest* dapat terbentuk melalui stimulus eksternal seperti iklan, yang kemudian diolah melalui proses persepsi hingga menghasilkan sikap dan perilaku.<sup>4</sup>

Menurut Akbar dkk mengungkapkan bahwa iklan perjudian online di media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat dalam perjudian online. Tingkat pengawasan orang tua juga berpengaruh, meskipun tidak sebesar pengaruh iklan. Sementara itu, intensitas komunikasi dalam kelompok teman sebaya memberikan dampak signifikan, yang menunjukkan bahwa pengaruh teman sebaya merupakan faktor penting dalam minat terhadap perjudian online. Dari penelitian tersebut menjadi gambaran tentang bahaya perjudian online dan pentingnya pengawasan orang tua serta komunikasi yang baik dengan anak-anak.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup>Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 180

<sup>4</sup>Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. *Consumer Behavior*. (Fort Worth: Dryden Press, 1995), hlm. 35

<sup>5</sup> Akbar, Muhammad Yusuf, Tandiyo Pradekso, and Nurist Surayya Ulfa. "Pengaruh Terpaan Iklan Judi Online Di Media Sosial, Tingkat Pengawasan Orang Tua, Dan Intensitas Komunikasi Peer Group Terhadap Minat Bermain Judi Online." *Interaksi Online* 12, no. 4 (2024): 120-129.

Perjudian merupakan aktivitas permainan yang melibatkan taruhan, di mana pemain memilih satu opsi dari beberapa pilihan yang tersedia, dengan hanya satu opsi yang dianggap benar dan dinyatakan sebagai pemenang. Pemain yang kalah wajib menyerahkan taruhannya kepada pihak pemenang, dan aturan serta besaran taruhan umumnya telah ditetapkan sebelum permainan dimulai.<sup>6</sup> Dengan berkembangnya teknologi, perjudian kini dapat dilakukan secara online. Judi online diatur secara khusus dalam Pasal 27 Ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang melarang distribusi, transmisi, atau penyebaran informasi elektronik yang mengandung muatan perjudian secara sengaja dan tanpa hak

Judi online memiliki karakteristik yang membedakannya dari perjudian konvensional, yakni aksesibilitasnya yang tinggi. Aktivitas ini dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja selama pelaku memiliki akses ke perangkat seperti komputer atau *smartphone* dan koneksi internet, serta sejumlah uang yang tersedia untuk taruhan. Hal ini menjadikan judi online semakin mudah diakses dan berpotensi memperburuk kecanduan, karena pelaku dapat terjatuh dalam siklus perilaku berulang yang dipicu oleh kemenangan.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Situmeang, Tondi Amos, Revi Ariska, and Tengku Mabar Ali. "Tinjauan Hukum Tentang Pengaruh Judi Online Terhadap Perceraian." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 4 (2023): 3808-3817.

<sup>7</sup> Hermawan, Nofa, Yetti Yetti, and Indra Afrita. "Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Perjudian Jenis Permainan Secara Online." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 6 (2024): 7630-7646.

Terdapat berbagai dampak negatif yang dapat timbul sebagai akibat dari keterlibatan individu, khususnya remaja, dalam aktivitas perjudian online. Dampak ini tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga mencakup aspek sosial, psikologis, hingga moral. Adapun dampak tersebut dapat diklasifikasikan berdasarkan tiga jenis nilai menurut Notonegoro, yaitu nilai material, nilai vital, dan nilai spiritual.:

a. Material

Nilai material berkaitan dengan segala sesuatu yang bermanfaat bagi kehidupan manusia, terutama dalam memenuhi kebutuhan fisik. Dalam perjudian online, dampak material yang paling nyata adalah hilangnya uang akibat kekalahan taruhan. Jika terus berlanjut, kondisi ini dapat menyebabkan masalah sosial seperti tindakan kriminal akibat tekanan finansial.<sup>8</sup>

b. Nilai Vital

Nilai vital berperan penting dalam mendukung aktivitas kehidupan sehari-hari. Perjudian online tidak hanya berdampak pada nilai material, tetapi juga mengganggu nilai vital individu. Kekalahan dalam judi sering mendorong seseorang untuk menggadaikan barang berharga demi kebutuhan mendesak atau kepuasan sesaat. Hal ini mengganggu kestabilan hidup dan menghambat kehidupan yang sehat

---

<sup>8</sup> Nurdiansyah, Angga, and Ageng Saepudin Kanda. "Bahaya Judi Online: Dampak Sosial, Ekonomi, Dan Kesehatan." *Student Scientific Creativity Journal* 2, no. 1 (2024): 305-310.

serta produktif.<sup>9</sup>

### c. Kerohanian

Nilai kerohanian berkaitan dengan aspek jiwa manusia yang menunjang kehidupan rohani. Nilai ini terbagi dalam empat kategori utama: kebenaran (berdasarkan akal), keindahan (berkaitan dengan perasaan), kebaikan (berakar pada niat), dan religius (nilai tertinggi yang bersumber dari keyakinan).<sup>10</sup>

Perjudian online dapat melemahkan nilai kerohanian pemainnya, seperti mengabaikan ibadah wajib dan melanggar norma sosial serta agama. Kebiasaan ini dapat mendorong perilaku negatif, seperti konsumsi minuman keras dan tindakan tidak etis lainnya, yang merusak keseimbangan spiritual dan moral individu.

## 2. Dimensi Minat Judi Online

Minat merupakan salah satu faktor psikologis yang memengaruhi kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu, termasuk dalam hal ini, minat untuk terlibat dalam aktivitas judi online. Minat dipahami sebagai suatu dorongan atau ketertarikan terhadap objek tertentu yang muncul akibat adanya ketertarikan emosional, kognitif, maupun sosial. Dalam konteks perilaku menyimpang seperti perjudian online, minat menjadi elemen awal yang mendorong seseorang untuk

---

<sup>9</sup> Satriyono, Dedy, and Dany Miftahul Ula. "Dampak Judi Online Dikalangan Masyarakat Kabupaten Katingan Daerah Tumbang Samba." *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 2, no. 6 (2023): 97-102.

<sup>10</sup> Rafiqah, Lailan, and Harunur Rasyid. "The Dampak Judi Online terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat." *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan* 20, no. 2 (2023): 282-290.

mencoba dan kemudian secara potensial terlibat secara aktif.

Menurut Ferdinand dalam Robi dkk (2021), terdapat empat dimensi utama dari minat yang relevan untuk menjelaskan minat individu terhadap aktivitas tertentu, termasuk judi online, yaitu: minat transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif. Keempat dimensi ini menjelaskan dinamika psikologis dan sosial yang melatarbelakangi ketertarikan seseorang terhadap perjudian digital.<sup>11</sup>

a. Minat Transaksional

Minat transaksional dalam konteks judi online mencirikan kecenderungan individu untuk segera terlibat dalam perjudian setelah memperoleh informasi terkait. Ini dapat dilihat sebagai keinginan mereka untuk mendaftar dan mulai bertaruh di situs judi online dengan cepat, terutama jika mereka terpapar pada iklan atau promosi yang menggugah.

b. Minat Referensial

Minat referensial dalam judi online mencirikan kecenderungan individu untuk merekomendasikan situs atau aktivitas judi online kepada orang lain. Hal ini seringkali terjadi di kalangan teman sebaya atau komunitas yang terlibat dalam perjudian, di mana individu yang sudah berpengalaman dalam judi online cenderung membagikan pengetahuan dan pengalaman mereka kepada orang lain, dengan

---

<sup>11</sup> Robi, Muhammad Rezqi, Andrian Andrian, and Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. "Peran Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Pada Qesera Coffee And Park Bekasi Utara Terhadap Minat Konsumen." *Jurnal Economina* 2, no. 9 (2023): 2545-2567.

harapan orang lain juga akan terlibat dalam aktivitas serupa.

c. Minat Preferensial

Minat preferensial dalam judi online mengacu pada kecenderungan individu untuk memilih atau memprioritaskan satu jenis judi online di atas jenis lainnya. Misalnya, seseorang yang lebih tertarik pada taruhan olahraga dibandingkan permainan kasino atau poker. Preferensi ini mencirikan perilaku individu yang memiliki kesukaan atau kecenderungan terhadap jenis perjudian tertentu, yang didorong oleh pengalaman pribadi atau faktor lainnya.

d. Minat Eksploratif

Minat eksploratif dalam judi online mencirikan perilaku individu yang terus mencari informasi lebih lanjut tentang berbagai opsi perjudian yang tersedia. Mereka tertarik untuk mengeksplorasi berbagai jenis permainan, memahami strategi yang lebih efektif, atau mencari tahu lebih banyak tentang keuntungan dan kerugian dari berbagai jenis taruhan.

Berdasarkan pengertian di atas, minat judi online menunjukkan kecenderungan individu untuk terlibat dalam perjudian digital, yang dipengaruhi oleh faktor emosional, sosial, dan kognitif. Dimensi-dimensi tersebut menyediakan gambaran yang lebih mendalam tentang berbagai cara individu tertarik dan berperilaku dalam perjudian online.

### 3. Indikator Minat Judi Online

Minat terhadap judi online dapat dianalisis menggunakan indikator yang secara umum digunakan dalam studi perilaku konsumen, khususnya minat beli produk, sebagaimana dijelaskan oleh Suwandari dalam Suryana . Minat beli mencerminkan kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu tindakan konsumtif setelah melalui proses penilaian dan pertimbangan. Dalam konteks ini, konsep tersebut dapat digunakan untuk memahami bagaimana minat terhadap judi online terbentuk, karena aktivitas judi online pada dasarnya melibatkan pengambilan keputusan untuk “mengonsumsi” layanan atau produk digital berupa permainan taruhan.<sup>12</sup> Berikut adalah indikator-indikator yang mempengaruhi minat judi online:

a. *Attention* (Perhatian)

Perhatian dalam konteks judi online mengacu pada bagaimana pesan terkait perjudian mampu menarik perhatian calon pemain. Iklan dan promosi yang menarik akan memastikan bahwa perhatian konsumen diarahkan pada situs judi online atau jenis permainan tertentu. Pesan yang menarik, baik melalui media sosial, platform iklan, atau aplikasi judi online, harus cukup mencolok untuk menarik minat audiens dan memotivasi mereka untuk mengeksplorasi lebih jauh.

---

<sup>12</sup> Nurhaqsanni, Mukhamad Iqbal, and H. Popo Suryana. "Pengaruh Media Sosial dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada PT. WBRN Global Indonesia (WELLBORN))." PhD diss., Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung, 2018.

b. *Interest* (Ketertarikan)

Setelah perhatian tertarik, ketertarikan konsumen terhadap judi online harus ditumbuhkan. Ketertarikan ini seringkali berawal dari rasa penasaran terhadap cara permainan bekerja, potensi kemenangan, atau fitur-fitur menarik yang ditawarkan oleh platform judi online. Informasi yang jelas dan menggugah seperti bonus pendaftaran atau permainan gratis dapat merangsang minat konsumen untuk terlibat lebih jauh dalam perjudian online.

c. *Desire* (Keinginan)

Keinginan ini merupakan tahap lanjutan, di mana konsumen mulai merasakan dorongan untuk memiliki pengalaman perjudian online tersebut. Keinginan muncul setelah konsumen merasa bahwa mereka dapat memperoleh keuntungan atau kesenangan dari aktivitas tersebut. Penyampaian informasi yang mampu menggugah emosi dan menunjukkan keuntungan yang bisa didapat dari berjudi online akan mendorong konsumen untuk merasa ingin terlibat dalam aktivitas tersebut.

d. *Action* (Tindakan)

Tindakan dalam konteks judi online tercermin dari keputusan konsumen untuk mendaftar, melakukan taruhan, dan mulai bermain di situs judi online. Setelah rasa tertarik dan keinginan tumbuh, konsumen akan melakukan tindakan nyata seperti mengakses situs atau aplikasi, membuat akun, dan mulai bertaruh pada permainan

yang tersedia. Ini adalah langkah paling konkret dari minat yang telah berkembang sebelumnya.

e. *Satisfaction* (Kepuasan)

Kepuasan merupakan hasil yang diperoleh setelah konsumen terlibat dalam judi online. Jika pengalaman perjudian mereka sesuai dengan harapan, baik dalam hal kesenangan atau potensi kemenangan, mereka akan merasa puas. Kepuasan ini dapat meningkatkan peluang mereka untuk kembali bermain di masa depan, serta berbagi pengalaman positif dengan orang lain, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat terhadap judi online di kalangan orang lain.<sup>13</sup>

## **B. Iklan**

### **1. Pengertian Iklan**

Iklan dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi atau membujuk khalayak mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Iklan sering digunakan untuk menarik perhatian publik dan mendorong mereka untuk memenuhi permintaan dari pihak pemasang iklan.<sup>14</sup> Iklan dapat ditemui dalam berbagai media massa, seperti surat kabar, majalah, serta media elektronik, termasuk radio,

---

<sup>13</sup> Nurhaqsanni, Mukhamad Iqbal, and H. Popo Suryana. "Pengaruh Media Sosial dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada PT. WBRN Global Indonesia (WELLBORN))." PhD diss., Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung, 2018.

<sup>14</sup> Santoso, Erica Delia, and Novia Larasati. "Benarkah iklan online efektif untuk digunakan dalam promosi perusahaan." *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 13, no. 1 (2019): 28-36.

televisi, dan internet.<sup>15</sup> Menurut Kotler dan Keller, pengertian iklan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Menurut Kemal, iklan adalah suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau mengarahkan orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan.<sup>16</sup>
- b. Menurut Fawziyyah dkk, iklan merupakan bentuk komunikasi nonpersonal yang menyampaikan pesan persuasif dari sponsor yang jelas, dengan tujuan untuk mempengaruhi orang agar membeli produk dengan membayar biaya untuk penggunaan media.<sup>17</sup>
- c. Asakusuma mendefinisikan iklan sebagai seni persuasi, yang secara umum dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi berbayar yang dirancang untuk menginformasikan dan/atau membujuk audiens.<sup>18</sup>

Berdasarkan pemikiran para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa iklan adalah salah satu teknik komunikasi massa yang menggunakan ruang atau waktu yang dibayar untuk menyampaikan informasi tentang barang atau jasa yang ditawarkan oleh pemasang iklan. Iklan berperan penting dalam proses pemasaran dengan memanfaatkan berbagai saluran media untuk mencapai audiens yang lebih luas.

---

<sup>15</sup> Erlita, Novi. "Potret periklanan di media massa Indonesia." *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial* 5, no. 2 (2016): 199-210.

<sup>16</sup> Kemal, Isthifa. "Makna kontekstual bahasa iklan rokok di televisi." *Visipena* 4, no. 1 (2013): 1-20.

<sup>17</sup> Fawziyyah, Safynatul, and B. Wahyudi Joko Santoso. "Implikatur Percakapan pada Iklan Kosmetik di Televisi: Kajian Pragmatik." *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* 6, no. 3 (2017): 323-330.

<sup>18</sup> Asakusuma, Cahiril. "Video Iklan Sebagai Media Persuasi Sosial Menyikapi Black Campaign." *DIVAGATRA-Jurnal Penelitian Mahasiswa Desain* 3, no. 2 (2023): 308-326.

## 2. Peran dari Iklan dalam Mempengaruhi Minat Individu

Peran utama adalah membangun citra jangka panjang untuk suatu produk serta merangsang penjualan dalam waktu singkat. Iklan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi audiens, meskipun kadang-kadang pesan yang disampaikan bisa terasa panjang lebar dan membingungkan. Keunikan iklan terletak pada kemampuannya untuk mencapai tujuan tersebut meskipun dengan cara yang tidak selalu langsung dan jelas. Mengingat bahwa biaya iklan dibayar, pihak yang memasang iklan memiliki kebebasan untuk memilih media yang tepat agar pesan dapat diterima oleh kelompok sasaran yang diinginkan.<sup>19</sup>

Menurut Ratna Novianti (dalam Iskandar), iklan memainkan peran yang sangat penting dalam berbagai aspek komunikasi pemasaran, antara lain:<sup>20</sup>

- a. Membangun dan mengembangkan citra positif bagi suatu perusahaan dan produk yang dihasilkan, melalui proses sosialisasi yang terencana dan terstruktur dengan baik.
- b. Membentuk opini publik yang positif terhadap perusahaan atau produk yang diiklankan.
- c. Mengembangkan kepercayaan masyarakat terhadap produk konsumsi serta perusahaan yang memproduksinya.

Lebih lanjut, iklan juga berperan dalam menjalin komunikasi yang efektif dan efisien dengan masyarakat luas, sehingga dapat menciptakan

---

<sup>19</sup> Budiando, Apri. "Manajemen pemasaran." *Yogyakarta: Ombak* (2015): 11-57.

<sup>20</sup> Iskandar, M. Syahril. "Pembentukan persepsi visual pada iklan televisi." *Jurnal Visualita DKV* 3, no. 1 (2011): 1-21.

pemahaman dan pengertian yang seragam mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Iklan berfungsi sebagai alat untuk mengalihkan pengetahuan mengenai perusahaan kepada masyarakat, yang dapat menumbuhkan simpati, empati, dan bahkan dalam konteks kegiatan *go public*, rasa kepemilikan terhadap perusahaan tersebut.<sup>21</sup> Dengan demikian, iklan tidak hanya berfokus pada penjualan jangka pendek, tetapi juga pada pembentukan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumennya.

### 3. Jenis-jenis Iklan

#### a. Iklan Media Cetak

Iklan media cetak merujuk pada jenis iklan yang dibuat dan dipasang menggunakan teknik cetak, baik dengan teknologi sederhana maupun teknologi tinggi.<sup>22</sup>

#### b. Iklan Media Elektronik

Iklan media elektronik adalah iklan yang diproduksi dan disebarluaskan melalui media elektronik, yang dapat berupa audio maupun video.<sup>23</sup>

#### c. Iklan Radio

Iklan radio merupakan bentuk iklan yang mengandalkan kombinasi kata-kata (*voice*), musik, dan efek suara untuk mempengaruhi pendengar.<sup>24</sup>

---

<sup>21</sup> Oktaviani, Femi, and Diki Rustandi. "Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness." *PROfesi Humas* 3, no. 1 (2018): 1-20.

<sup>22</sup> Widhayani, Arrie. *Mahir Menulis Kreatif Teks Iklan, Slogan dan Poster*. Yayasan Hidayatul Muhtadi'in, 2020.

<sup>23</sup> Daulay, Bilal. "Sejarah tentang media kreatif." *PROFILM* 1 (2017): 106-130.

d. Iklan Televisi

Iklan televisi menggabungkan unsur suara, gambar, dan gerak untuk menyampaikan pesan yang menarik dan impresif kepada audiens.<sup>25</sup>

#### 4. Dimensi Iklan

Dimensi iklan menurut Djatnika dalam Andriani, terdiri dari beberapa aspek yang penting, yaitu sebagai berikut:<sup>26</sup>

a. Perhatian

Dimensi perhatian mencakup berbagai elemen yang menarik perhatian konsumen, seperti pesan yang ingin disampaikan melalui iklan, frekuensi penayangan iklan, dan bagaimana visualisasi iklan dapat menarik minat audiens.

b. Minat

Minat berhubungan dengan persepsi konsumen terhadap produk yang telah diiklankan. Hal ini mencakup kejelasan pesan yang disampaikan melalui iklan serta efektivitas media yang digunakan untuk menyebarkan pesan tersebut kepada konsumen.

c. Keinginan

Dimensi keinginan mencakup rasa kepercayaan konsumen terhadap produk yang diiklankan. Selain itu, ini juga mencakup

---

<sup>24</sup> Widhayani, Arrie. *Mahir Menulis Kreatif Teks Iklan, Slogan dan Poster*. Yayasan Hidayatul Mubtadi'in, 2020.

<sup>25</sup> Wicaksana, Robertus Fajar. "Analisis Semiotik Iklan Top Coffee Versi Iwan Fals Pada Media Televisi." *TUTURRUPA* 1, no. 1 (2018): 1-14.

<sup>26</sup> Andriani, Femi, and Sari Nalurita. "Pengaruh iklan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia (studi kasus pada pengguna tokopedia di Jabodetabek)." *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen* 1, no. 3 (2021): 266-278.

sejauh mana konsumen mendapatkan informasi yang dibutuhkan melalui iklan dan minat mereka terhadap produk yang ditawarkan.

d. Tindakan

Tindakan merujuk pada keyakinan konsumen untuk membeli produk tersebut. Ini juga mencakup kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian serta kesesuaian produk yang ditawarkan berdasarkan iklan yang ditayangkan.<sup>27</sup>

## 5. Indikator Iklan

Indikator iklan menurut Kotler dalam Moloku, menggunakan beberapa variabel yang penting, yaitu sebagai berikut:<sup>28</sup>

a. Penemuan informasi produk yang mudah

Iklan yang baik harus memudahkan konsumen dalam menemukan informasi mengenai produk yang ditawarkan, sehingga mereka dapat dengan cepat memahami apa yang ditawarkan.

b. Desain media menarik

Desain media iklan harus menarik dan dapat memikat perhatian audiens, membuat mereka tertarik untuk melihat lebih jauh tentang produk yang diiklankan.

---

<sup>27</sup> Andriani, Femi, and Sari Nalurita. "Pengaruh iklan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia (studi kasus pada pengguna tokopedia di Jabodetabek)." *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen* 1, no. 3 (2021): 266-278.

<sup>28</sup> Moloku, Serina O., Johny RE Tampi, and Olivia FC Walangitan. "Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di IT Center Manado." *Jurnal administrasi bisnis (JAB)* 8, no. 2 (2019): 98-106.

c. Informasi dalam iklan jelas

Iklan yang efektif harus menyampaikan informasi secara jelas, sehingga konsumen dapat dengan mudah memahami pesan yang ingin disampaikan tanpa kebingungannya.

d. Pesan dalam iklan dapat dipercaya

Pesan yang disampaikan dalam iklan harus dapat dipercaya oleh konsumen. Kepercayaan konsumen terhadap informasi yang diberikan sangat penting agar mereka tertarik untuk mengambil tindakan lebih lanjut, seperti membeli produk.<sup>29</sup>

## C. Lingkungan Sosial

### 1. Pengertian Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial dapat dipahami sebagai keseluruhan interaksi sosial yang terjadi antara individu-individu dalam masyarakat. Interaksi ini bisa terjadi secara langsung, seperti dalam bentuk perdebatan dengan teman, atau secara tidak langsung, melalui pengamatan terhadap apa yang dilakukan atau dibawa oleh orang lain. Dari kedua jenis interaksi tersebut, seseorang dapat mempelajari banyak hal tentang dunia di sekitarnya.<sup>30</sup>

Lingkungan sosial seseorang memiliki peran penting dalam membentuk citra diri individu di masyarakat, serta memperlihatkan kepada orang lain kemampuan ekonomi yang dimilikinya. Lingkungan

---

<sup>29</sup> Moloku, Serina O., Johnny RE Tampi, and Olivia FC Walangitan. "Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di IT Center Manado." *Jurnal administrasi bisnis (JAB)* 8, no. 2 (2019): 98-106.

<sup>30</sup> Muslim, Asrul. "Interaksi sosial dalam masyarakat multietnis." *Jurnal diskursus islam* 1, no. 3 (2013): 483-494.

sosial sebagai suatu bentuk interaksi antar individu, yang melibatkan sikap sosial, psikologis, dan mental, yang memberikan kontribusi terhadap pembentukan aspek lingkungan yang beragam.<sup>31</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial adalah tempat terjadinya komunikasi sehari-hari yang sering mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk. Konsumen sering kali bertanya kepada lingkungannya tentang apa yang akan mereka beli, dan berusaha untuk menyesuaikan diri dengan standar sosial yang ada di sekitarnya. Hal ini dapat mendorong perilaku membeli yang berlebihan, karena konsumen ingin diterima oleh lingkungan sosialnya dengan menyesuaikan pilihan konsumsi mereka.

## **2. Faktor-faktor Lingkungan Sosial**

Terdapat kekuatan faktor sosio-lingkungan yang dapat mempengaruhi perilaku individu, salah satunya adalah kekuatan sosiokultural atau sosial budaya. Dalam konteks ini, kekuatan sosial budaya mencakup berbagai elemen yang memengaruhi keputusan pembelian individu, termasuk nilai-nilai, norma, tradisi, dan kebiasaan yang berkembang dalam masyarakat. Faktor-faktor tersebut berperan penting dalam membentuk preferensi, sikap, dan perilaku konsumsi individu, yang sering kali dipengaruhi oleh latar belakang budaya dan sosial yang dimiliki oleh individu.

---

<sup>31</sup> Widodo, Agustinus Sugeng, and Niken Titi Pratitis. "Harga diri dan interaksi sosial ditinjau dari status sosial ekonomi orang tua." *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia* 2, no. 2 (2013): 131-138.

a. Budaya

Faktor budaya memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk perilaku individu dalam masyarakat. Kebudayaan dapat dipahami sebagai hasil ciptaan manusia yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya, dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cara individu berperilaku sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan merupakan konsep yang kompleks, mencakup berbagai aspek, seperti ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, etika, adat istiadat, serta norma-norma yang berlaku dalam masyarakat.<sup>32</sup>

b. Kelas Sosial

Kelas sosial dapat didefinisikan sebagai kelompok individu yang memiliki kedudukan sosial yang seimbang dalam masyarakat. Meskipun istilah "kelas sosial" dan "status sosial" sering kali digunakan secara bergantian, kedua konsep ini sebenarnya memiliki perbedaan yang signifikan. Kelas sosial merujuk pada kelompok individu yang berada pada tingkat yang serupa dalam hierarki sosial, sedangkan status sosial berfokus pada kedudukan atau posisi individu dalam struktur sosial yang lebih luas. Sebagai contoh, meskipun dua konsumen berada dalam kelas sosial yang sama, status sosial mereka

---

<sup>32</sup> Aji, Gunawan, Natalia Casha, Siti Fatimah, and Allisa Qotrunnada Munawaroh. "Pengaruh budaya terhadap penerapan strategi pemasaran internasional." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan* 2, no. 2 (2023): 159-169.

bisa saja berbeda.<sup>33</sup>

c. Kelompok Anutan

Faktor kelompok anutan merujuk pada kelompok yang memengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku individu. Kelompok anutan ini bisa terdiri dari berbagai bentuk, seperti keluarga, organisasi, atau kelompok tertentu yang memiliki pengaruh signifikan terhadap anggotanya. Contoh kelompok anutan meliputi perhimpunan para artis, atlet, atau organisasi kecil lainnya.<sup>34</sup>

d. Keluarga

Keluarga dapat didefinisikan sebagai unit terkecil dalam masyarakat yang memiliki pengaruh besar terhadap perilaku dan keputusan pembelian anggotanya. Keluarga ini bisa berupa keluarga inti yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak, atau bisa juga berupa keluarga besar yang mencakup ayah, ibu, anak, kakek-nenek, serta keturunannya.<sup>35</sup>

### 3. Dimensi Lingkungan Sosial

Menurut Kusumasari, beberapa dimensi yang umum digunakan dalam mengukur pengaruh lingkungan sosial, terutama dalam studi perilaku remaja, antara lain:<sup>36</sup>

---

<sup>33</sup> Anggraeni, Elly, and Khasan Setiaji. "Pengaruh media sosial dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa." *Economic Education Analysis Journal* 7, no. 1 (2018): 172-180.

<sup>34</sup> Fani, Dwi. "Konformitas Dan Deviasi Sosial Di Perkotaan." (2020).

<sup>35</sup> Sari, Anisa Kurnia Kurnia. "Pengaruh citra merek dan keluarga terhadap keputusan pembelian honda beat." *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 1, no. 1 (2013).

<sup>36</sup> Kusumasari, Raden Nuruliah. "Lingkungan sosial dalam perkembangan psikologis anak." *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)* 2, no. 1 (2015): 32-38.

a. Pengaruh Teman Sebaya

Interaksi dengan teman sebaya berkontribusi besar terhadap pembentukan sikap dan perilaku. Remaja cenderung mengikuti perilaku kelompok agar merasa diterima, termasuk dalam hal perilaku menyimpang seperti berjudi online. Komunikasi yang intens dan dorongan dari teman bisa menjadi pemicu utama.

b. Dukungan atau Kontrol Sosial dari Keluarga

Peran keluarga sebagai sistem pendukung utama sangat penting dalam membentuk nilai dan norma. Kurangnya pengawasan orang tua dan lemahnya komunikasi keluarga sering kali menjadi celah yang dimanfaatkan remaja untuk mencoba aktivitas berisiko seperti perjudian online.

c. Lingkungan Masyarakat Sekitar

Norma dan budaya yang berkembang di lingkungan tempat tinggal remaja juga ikut menentukan kecenderungan mereka terhadap perilaku tertentu. Lingkungan yang permisif terhadap judi atau minim sosialisasi pencegahan cenderung meningkatkan risiko keterlibatan remaja dalam perjudian online.

d. Paparan Sosial melalui Media dan Internet

Di era digital, lingkungan sosial juga meluas ke ruang virtual. Konten di media sosial, forum, atau grup obrolan digital dapat membentuk komunitas yang membenarkan atau bahkan

mempromosikan aktivitas perjudian online.<sup>37</sup>

#### 4. Indikator Lingkungan Sosial

Menurut Dalyono (dalam Dewi dkk), indikator lingkungan sosial terdiri dari beberapa faktor yang berpengaruh signifikan terhadap perkembangan individu, di antaranya adalah:<sup>38</sup>

##### a. Teman Sebaya

Teman sebaya memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap perilaku dan karakter individu. Lingkungan teman yang dapat dijangkau memegang peranan penting dalam membentuk perilaku seseorang. Misalnya, jika seseorang bergaul dengan lingkungan yang cenderung fokus pada pendidikan dan berprestasi di sekolah, maka individu tersebut akan termotivasi untuk rajin belajar. Sebaliknya, jika seseorang bergaul dengan lingkungan yang tidak mengutamakan pendidikan, mereka cenderung merasa malas atau kurang termotivasi untuk melanjutkan pendidikan.

##### b. Lingkungan Tetangga

Lingkungan tetangga juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku individu. Lingkungan yang buruk, seperti adanya praktik pengangguran, perjudian, konsumsi minuman beralkohol, dan kurangnya minat untuk belajar, dapat berdampak negatif pada orang-orang yang tinggal di sekitarnya. Sebaliknya, kehidupan tetangga

---

<sup>37</sup> Kusumasari, Raden Nuruliah. "Lingkungan sosial dalam perkembangan psikologis anak." *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)* 2, no. 1 (2015): 32-38.

<sup>38</sup> Dewi, Sri Utami. "Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Motivasi Belajar Santri Mdt At-Taqwa Kp. Ranca Ayu Desa Maroko Kabupaten Garut." *THORIQTUNA: Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2019): 13-32.

yang positif, seperti adanya individu yang merupakan pelajar, mahasiswa, guru, atau profesional seperti dokter, dapat mendorong semangat belajar dan memberi dampak positif bagi perkembangan individu.

c. **Aktivitas dalam Masyarakat**

Terlalu banyak terlibat dalam organisasi atau kegiatan masyarakat serta mengikuti berbagai kursus-kursus tanpa pengaturan yang baik dapat mengabaikan kegiatan pendidikan. Oleh karena itu, penting untuk mengatur keterlibatan dalam berbagai kegiatan sosial dan organisasi agar tidak mengganggu tujuan pendidikan dan perkembangan pribadi seseorang.<sup>39</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa indikator lingkungan sosial meliputi kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial. Faktor-faktor ini berperan penting dalam mempengaruhi perilaku, sikap, dan keputusan individu, baik dalam konteks pribadi maupun sosial.

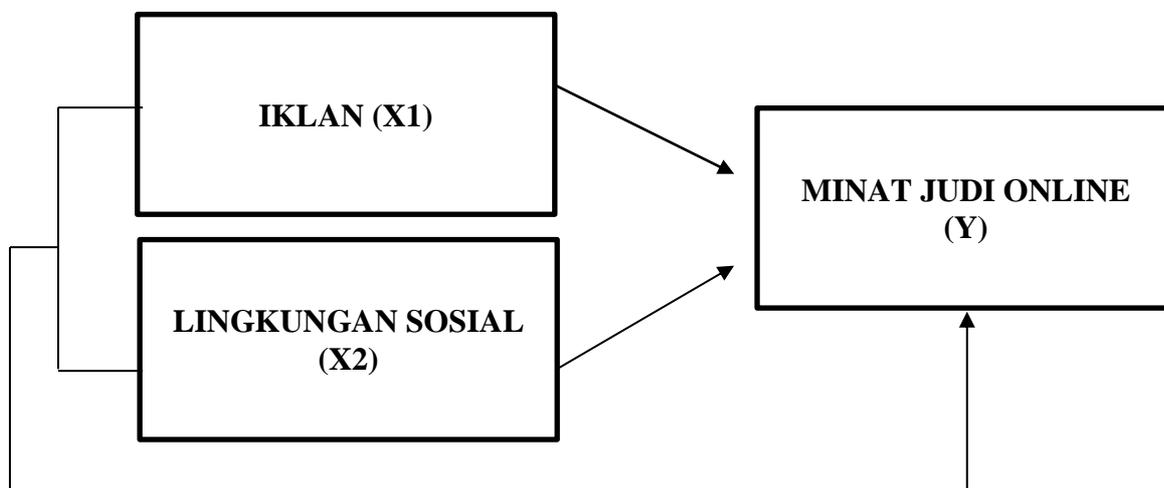
#### **D. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir merupakan penjelasan secara teoritis mengenai hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti. Tujuannya adalah untuk mempermudah pemahaman terhadap arah dan tujuan penelitian yang

---

<sup>39</sup> Dewi, Sri Utami. "Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Motivasi Belajar Santri Mdt At-Taqwa Kp. Ranca Ayu Desa Maroko Kabupaten Garut."

dilakukan.<sup>40</sup> Berikut adalah kerangka berpikir yang digunakan oleh peneliti dalam studi ini.



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**

Dalam penelitian ini, kerangka berpikir disusun untuk menggambarkan hubungan antara variabel iklan ( $X_1$ ), lingkungan sosial ( $X_2$ ), dan minat judi online ( $Y$ ). Penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa minat judi online remaja tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang bersifat persuasif dan sosial. Variabel iklan ( $X_1$ ) merupakan salah satu faktor utama yang diasumsikan berpengaruh terhadap minat berjudi online karena penyebarannya yang masif di media sosial serta daya tarik visual dan pesan yang menggoda. Iklan-iklan tersebut sering menampilkan janji keuntungan instan, bonus besar, serta kemudahan akses, yang dapat membentuk persepsi positif terhadap aktivitas perjudian, terutama di kalangan remaja.

---

<sup>40</sup> Sugiono, P. D. "Metode penelitian kualitatif kuantitatif dan R&D." *Yogyakarta: Auareta* (2017).

Selain itu, lingkungan sosial ( $X_2$ ) juga dipandang sebagai faktor yang berpengaruh terhadap terbentuknya minat terhadap judi online. Dalam konteks ini, lingkungan sosial mencakup teman sebaya, keluarga, dan masyarakat sekitar yang berperan dalam membentuk sikap dan perilaku individu. Remaja yang berada di lingkungan yang permisif terhadap perjudian atau yang memiliki teman yang aktif berjudi cenderung lebih mudah terpengaruh dan menunjukkan minat yang tinggi terhadap aktivitas tersebut.

Gambar 2.1 menunjukkan hubungan antara dua variabel independen (iklan dan lingkungan sosial) yang diasumsikan memengaruhi variabel dependen yaitu minat judi online. Kedua variabel bebas tersebut berkontribusi baik secara parsial maupun simultan dalam mendorong remaja untuk menunjukkan ketertarikan terhadap aktivitas judi online. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online remaja di Desa Trimulyo.

## **E. Hipotesis**

Hipotesis adalah suatu dugaan sementara yang diajukan sebagai jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian. Oleh karena itu, hipotesis perlu diuji melalui proses penelitian agar dapat dibuktikan kebenarannya berdasarkan fakta yang diperoleh dari pengumpulan data.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Sugiono, P. D. "Metode penelitian kualitatif kuantitatif dan R&D." *Yogyakarta: Auareta* (2017).

## 1. Pengaruh Iklan Terhadap Minat Judi Online di Kalangan Remaja Desa Trimulyo

Iklan merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan memengaruhi perilaku audiens. Dalam konteks judi online, iklan seringkali tampil dalam bentuk yang menarik, persuasif, dan menjanjikan keuntungan instan. Paparan yang berulang terhadap iklan semacam ini dapat menumbuhkan ketertarikan dan minat untuk mencoba, terutama pada remaja yang masih berada dalam tahap perkembangan psikologis dan sosial.

Teori Hierarchy of Effects dari Lavidge dan Steiner menjelaskan bahwa iklan memiliki tahapan pengaruh mulai dari kesadaran hingga aksi, sehingga paparan iklan dapat menstimulasi tindakan berjudi melalui peningkatan minat secara bertahap.<sup>42</sup>

Penelitian oleh Akbar, Pradekso, dan Ulfa menemukan bahwa terpaan iklan judi online di media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berjudi pada remaja, khususnya dalam konteks visual dan pesan promosi yang sangat menarik perhatian<sup>43</sup>

$H_{a1}$ : Iklan ( $X_1$ ) diduga ada pengaruh positif dan signifikan terhadap minat judi online ( $Y$ ) di kalangan remaja Desa Trimulyo.

$H_{01}$ : Iklan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat judi online ( $Y$ ) di kalangan remaja Desa Trimulyo.

---

<sup>42</sup> Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). A model for predictive measurements of advertising effectiveness. *Journal of Marketing*, 25(6), 59–62

<sup>43</sup> Akbar, A., Pradekso, T. W., & Ulfa, M. (2023). Terpaan Iklan dan Komunikasi Teman Sebaya Terhadap Minat Judi Online pada Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 11(1), 45–53

## 2. Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Judi Online Remaja Desa Trimulyo

Lingkungan sosial, terutama teman sebaya, memegang peran penting dalam membentuk perilaku remaja. Dalam usia ini, kebutuhan akan pengakuan dan rasa diterima dalam kelompok menjadikan mereka sangat dipengaruhi oleh perilaku orang-orang di sekitar.

Menurut Teori Pembelajaran Sosial dari Albert Bandura, individu belajar dari lingkungan melalui observasi dan imitasi, sehingga perilaku berjudi yang dilakukan oleh teman sebaya dapat dengan mudah ditiru oleh remaja yang ingin merasa diterima atau penasaran akan pengalaman tersebut.<sup>44</sup>

Penelitian oleh Muhammad Syarifudin menunjukkan bahwa faktor lingkungan sosial, terutama pengaruh teman sebaya, menjadi pemicu kuat meningkatnya minat judi online pada pemuda Muslim di Pekalongan, yang juga diperkuat oleh kondisi tekanan ekonomi<sup>45</sup>.

H<sub>a2</sub>: Lingkungan sosial (X<sub>2</sub>) diduga ada pengaruh positif dan signifikan terhadap minat judi online (Y) di kalangan remaja Desa Trimulyo.

H<sub>02</sub>: Lingkungan sosial (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat judi online (Y) di kalangan remaja Desa Trimulyo.

## 3. Pengaruh Iklan Judi Online dan Lingkungan Sosial Secara Simultan Terhadap Minat Judi Online Remaja Di Desa Trimulyo.

Ketika dua faktor eksternal seperti iklan dan lingkungan sosial

---

<sup>44</sup> Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall

<sup>45</sup> Syarifudin, M. (2022). Perilaku Judi Online di Kalangan Pemuda Muslim Pekalongan: Studi Fenomenologis. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 7(2), 100–113.

hadir bersamaan, dampaknya terhadap minat berjudi menjadi semakin kuat. Iklan menyediakan informasi dan daya tarik awal, sementara lingkungan sosial memberikan dorongan emosional dan validasi.

Teori Stimulus-Organism-Response (SOR) menyatakan bahwa stimulus eksternal (iklan dan teman sebaya) dapat memengaruhi kondisi internal (organisme), yang kemudian menghasilkan respons berupa perilaku tertentu<sup>46</sup>.

Penelitian oleh Hidayat, Setyabudi, dan Ulfa menyimpulkan bahwa baik terpaan iklan maupun pengaruh teman sebaya secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap peningkatan minat judi online di kalangan remaja. Namun, dalam beberapa kasus, iklan dapat menimbulkan efek negatif jika remaja memiliki kesadaran tinggi terhadap risikonya<sup>47</sup>

H<sub>a3</sub>: Iklan (X<sub>1</sub>) dan lingkungan sosial (X<sub>2</sub>) secara simultan diduga ada pengaruh positif dan signifikan terhadap minat judi online (Y) di kalangan remaja Desa Trimulyo.

H<sub>03</sub>: Iklan (X<sub>1</sub>) dan lingkungan sosial (X<sub>2</sub>) secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat judi online (Y) di kalangan remaja Desa Trimulyo.

---

<sup>46</sup> Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. Cambridge, MA: MIT Press

<sup>47</sup>Hidayat, A., Setyabudi, H., & Ulfa, M. (2023). Pengaruh Iklan dan Teman Sebaya terhadap Minat Remaja Berjudi Online. *Jurnal Psikologi Sosial*, 8(1), 78–90.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Peneliti menggunakan rancangan penelitian dengan metode kuantitatif. Metode ini berlandaskan pada filsafat positivisme, yang menganggap bahwa pengetahuan dapat diperoleh melalui observasi dan pengalaman yang dapat diukur secara objektif. Metode kuantitatif ini dipilih karena dianggap sebagai metode ilmiah yang telah mengikuti kaidah-kaidah ilmiah yang konkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.<sup>1</sup>

Penelitian dengan pendekatan kuantitatif ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan mengumpulkan data yang berupa angka-angka yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik.<sup>2</sup> Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan mengenai pengaruh iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online di kalangan remaja Desa Trimulyo.

#### **B. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan penjabaran karakteristik yang dapat diamati dari suatu konsep variabel yang sedang dianalisis atau diukur dalam instrumen pengukuran. Variabel penelitian hendaknya didefinisikan secara operasional untuk memudahkan penentuan hubungan antara variabel

---

<sup>1</sup> Sugiono, P. D. "Metode penelitian kualitatif kuantitatif dan R&D." Yogyakarta: Auareta (2017).

<sup>2</sup> Ibid Sugiono, PD.

pengukurannya. Definisi operasional ini penting agar peneliti dapat secara jelas menentukan bagaimana variabel tersebut akan diukur dan apa yang menjadi indikator-indikatornya.<sup>3</sup>

Penelitian ini berfokus pada tiga variabel utama yang terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini dilambangkan dengan (X), yaitu Iklan ( $X_1$ ) dan Lingkungan Sosial ( $X_2$ ). Sementara itu, variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Judi Online, yang dilambangkan dengan (Y).

Definisi operasional bertujuan untuk menjelaskan makna setiap variabel secara lebih spesifik berdasarkan konteks penelitian ini, serta menjabarkan indikator yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel.

Adapun definisi dan indikator dari masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator
Iklan ( $X_1$ )	Iklan adalah pesan-pesan persuasif yang ditayangkan melalui media sosial atau platform online yang dapat memengaruhi minat remaja untuk berjudi online. <sup>4</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penemuan informasi produk yang mudah</li> <li>2. Desain media menarik</li> <li>3. Informasi dalam iklan jelas</li> <li>4. Pesan dalam iklan dapat dipercaya<sup>5</sup></li> </ol>

<sup>3</sup> Priadana, M. Sidik, and Denok Sunarsi. *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books, 2021.

<sup>4</sup> Santoso, Erica Delia, and Novia Larasati. "Benarkah iklan online efektif untuk digunakan dalam promosi perusahaan." *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 13, no. 1 (2019): 28-36.

<sup>5</sup> Moloku, Serina O., Johny RE Tampi, and Olivia FC Walangitan. "Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di IT Center Manado." *Jurnal administrasi bisnis (JAB)* 8, no. 2 (2019): 98-106.

Variabel	Definisi	Indikator
Lingkungan Sosial (X <sub>2</sub> )	Lingkungan sosial mencakup pengaruh dari teman sebaya, keluarga, dan masyarakat sekitar yang dapat membentuk minat remaja terhadap judi online. <sup>6</sup>	1. Pengaruh teman sebaya 2. Pengaruh lingkungan tetangga 3. Pengaruh lingkungan masyarakat <sup>7</sup>
Minat Judi Online (Y)	Minat judi online adalah sejauh mana remaja memiliki perhatian, ketertarikan, serta dorongan untuk terlibat dalam aktivitas judi online. <sup>8</sup>	1. Attention (Perhatian) 2. Interest (Ketertarikan) 3. Desire (Keinginan) 4. Action (Tindakan) 5. Satisfaction (Kepuasan) <sup>9</sup>

Dengan penentuan indikator-indikator ini, peneliti dapat mengumpulkan data yang lebih terukur dan objektif untuk menguji pengaruh iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online di kalangan remaja Desa Trimulyo.

### C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi merupakan sumber data dalam penelitian yang memiliki jumlah yang banyak dan luas, terdiri dari objek atau subjek yang memiliki

<sup>6</sup> Muslim, Asrul. "Interaksi sosial dalam masyarakat multietnis." *Jurnal diskursus islam* 1, no. 3 (2013): 483-494.

<sup>7</sup> Dewi, Sri Utami. "Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Motivasi Belajar Santri Mdt At-Taqwa Kp. Ranca Ayu Desa Maroko Kabupaten Garut." *THORIQTUNA: Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2019): 13-32.

<sup>8</sup> Saputri, Devi, Syarwani Ahmad, and Neta Dian Lestari. "Hubungan Motivasi Belajar Siswa dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi SMK Negeri 1 Palembang." *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (e-Journal)* 7, no. 2 (2019).

<sup>9</sup> Nurhaqsanni, Mukhamad Iqbal, and H. Popo Suryana. "Pengaruh Media Sosial dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada PT. WBRN Global Indonesia (WELLBORN))." PhD diss., Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung, 2018.

kualitas dan karakteristik tertentu yang akan dijadikan bahan untuk mengambil kesimpulan.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini, populasi merujuk pada sekumpulan individu atau kelompok yang menjadi sasaran pengamatan, yaitu remaja di Desa Trimulyo yang memiliki karakteristik tertentu, seperti usia dan keterpaparan terhadap iklan atau lingkungan sosial yang berkaitan dengan minat judi online.

Populasi dari penelitian ini adalah remaja dengan rentan usia 12-18 tahun sesuai dengan psikologi Erikson yang berjumlah sekitar 186 orang.<sup>11</sup> Mereka dipilih sebagai subjek penelitian karena rentang usia yang relevan dengan minat terhadap judi online, serta adanya akses terhadap media sosial dan lingkungan sosial yang mempengaruhi perilaku mereka.

## **2. Teknik Pengambilan Sampel**

Sampel merupakan bagian dari jumlah atau karakteristik yang ada pada populasi. Sampel penelitian diambil dari sebagian populasi yang akan digunakan untuk mewakili seluruh populasi tersebut. Jika populasi berukuran besar dan peneliti tidak dapat mempelajari seluruh anggota populasi karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan sangat penting untuk memastikan bahwa sampel yang diambil dapat mewakili populasi secara akurat.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Lubis, Mayang Sari. *Metodologi penelitian*. Deepublish, 2018.

<sup>11</sup> BKKBN. "Trimulyo, Kecamatan Padang Cermin, Pesawaran" 19 Juni 2024. <https://kampungkb.bkkbn.go.id/kampung/34681/trimulyo>.

<sup>12</sup> Asrulla, Asrulla, Risnita Risnita, M. Syahrani Jailani, and Firdaus Jeka. "Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023): 26320-26332.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah teknik *slovin*. Teknik ini berguna untuk menentukan ukuran sampel secara proporsional berdasarkan tingkat kepercayaan dan *margin of error* yang diinginkan.<sup>13</sup> Mengingat populasi remaja di Desa Trimulyo yang berjumlah sekitar 186 orang, penulis akan mempersempit populasi tersebut dan menghitung ukuran sampel yang tepat dengan menggunakan rumus *slovin* untuk memastikan sampel yang diambil representatif. Rumus *slovin* yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel adalah sebagai berikut:<sup>14</sup>

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

**Keterangan:**

$n$  = Jumlah sampel yang diambil

$N$  = Jumlah populasi

$e$  = *Margin of error* (5%)

**Diketahui:**

- Populasi ( $N$ ) = 186
- Margin of Error ( $e$ ) = 5% = 0,05

**Langkah-langkah perhitungan:**

$$e^2 = (0,05)^2 = 0,0025$$

---

<sup>13</sup> Majdina, Nadhilah Idzni, Budi Pratikno, and Agustini Tripena. "Penentuan Ukuran Sampel Menggunakan Rumus Bernoulli Dan Slovin: Konsep Dan Aplikasinya." *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika* 16, no. 1 (2024): 73-84.

<sup>14</sup> Priadana, M. Sidik, and Denok Sunarsi. *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books, 2021.

$$N \cdot e^2 = 186 \cdot 0,0025 = 0,465$$

$$1 + N \cdot e^2 = 1 + 0,465 = 1,465$$

$$n = \frac{186}{1,465} = 126,9$$

Jadi, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 127 responden.

Dengan menggunakan rumus *Slovin* dan populasi sebanyak 186 orang, jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian ini adalah minimal 127 orang. Pada realisasinya, jumlah responden yang mengisi angket berjumlah 153 orang.

Menurut Sugiono, *random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak, tanpa memperhatikan strata atau kelompok yang ada di dalam populasi.<sup>15</sup> Dengan demikian, sampel yang diambil melalui teknik ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang representatif mengenai pengaruh iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online di kalangan remaja desa tersebut.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara daring menggunakan Google Form sebagai instrumen kuesioner. Langkah pertama dimulai dengan menyusun pertanyaan sesuai indikator variabel yang telah ditetapkan, lalu mengunggahnya ke Google Form. Selanjutnya, tautan formulir disebarakan melalui aplikasi WhatsApp secara langsung kepada responden yang memenuhi kriteria, yaitu remaja berusia 12–18 tahun yang berdomisili di Desa Trimulyo. Peneliti juga memberikan penjelasan singkat

---

<sup>15</sup> Sugiono, P. D. "Metode penelitian kualitatif kuantitatif dan R&D." Yogyakarta: Auareta (2017).

mengenai tujuan penelitian dan menjamin kerahasiaan data responden untuk mendorong partisipasi secara sukarela dan jujur.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran**

##### **1. Teknik Pengumpulan Data**

###### **a. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>16</sup> Kuesioner ini dirancang untuk mengukur pengaruh iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online di kalangan remaja Desa Trimulyo. Responden akan diminta untuk memberikan informasi mengenai sejauh mana mereka terpapar iklan judi online, serta bagaimana lingkungan sosial mereka berpengaruh terhadap minat tersebut.

###### **b. Dokumentasi**

Hasil penelitian dari kuesioner akan lebih kuat dan dapat dipercaya jika didukung dengan dokumentasi yang relevan, seperti foto-foto atau catatan tertulis yang dikumpulkan selama proses penelitian. Dokumentasi ini akan membantu untuk menggambarkan konteks penelitian dan memperkuat data yang diperoleh dari kuesioner.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Arifin, Zainal. "Model penelitian dan pengembangan." *Bandung: PT Remaja Rosdakarya* (2012).

<sup>17</sup> Azhari, Muhammad Taufiq, M. Pd Al Fajri Bahri, M. Si Asrul, and Tien Rafida. *Metode penelitian kuantitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

### c. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai masalah yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan dua pihak: pewawancara (*interviewer*) yang memberikan pertanyaan, dan terwawancara (*interviewed*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Wawancara dapat dilakukan secara tatap muka (*face to face*) maupun melalui telepon, tergantung pada kenyamanan dan keterbatasan waktu.<sup>18</sup>

## 2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini untuk menyusun kuesioner adalah skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial yang sedang diteliti.<sup>19</sup> Dalam penelitian ini, skala Likert digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi remaja di Desa Trimulyo terhadap pengaruh iklan dan lingkungan sosial terhadap minat mereka terhadap judi online.

Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini, yaitu iklan, lingkungan sosial, dan minat judi online, dijabarkan menjadi beberapa indikator variabel. Setiap indikator tersebut akan menjadi titik tolak dalam penyusunan instrumen penelitian berupa pertanyaan atau pernyataan dalam

---

<sup>18</sup> Azhari, Muhammad Taufiq, M. Pd Al Fajri Bahri, M. Si Asrul, and Tien Rafida. *Metode penelitian kuantitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

<sup>19</sup> Simamora, Bilson. "Skala likert, bias penggunaan dan jalan keluarnya." *Jurnal Manajemen* 12, no. 1 (2022): 84-93.

kuesioner. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini memiliki lima tingkatan sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS), diberi skor 5
- b. Setuju (S), diberi skor 4
- c. Netral (N), diberi skor 3
- d. Tidak Setuju (TS), diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS), diberi skor 1

Dengan menggunakan skala ini, peneliti dapat menggali seberapa besar pengaruh iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online yang dimiliki oleh remaja di Desa Trimulyo, serta memperoleh data yang lebih objektif dan terukur untuk dianalisis.

#### **E. Pengujian Instrumen**

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur fenomena atau variabel yang sedang diamati dalam penelitian.<sup>20</sup> Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa kuesioner yang dirancang untuk mengukur pengaruh iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online di kalangan remaja Desa Trimulyo. Agar hasil yang diperoleh valid dan dapat dipercaya, instrumen penelitian perlu melalui dua tahap pengujian, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

---

<sup>20</sup> Kurniawan, Heru. *Pengantar praktis penyusunan instrumen penelitian*. Deepublish, 2022.

## 1. Uji Validitas

Uji validitas instrumen penelitian bertujuan untuk menguji sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Menurut Yusup, sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data yang diteliti dengan tepat. Rumus yang sering digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

### Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$n$  = jumlah responden

$(\sum X)^2$  = jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum Y)^2$  = jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

$\sum XY$  = jumlah hasil perkalian antara variabel X dan Y

$\sum X^2$  = jumlah kuadrat dari nilai X

$\sum Y^2$  = jumlah kuadrat dari nilai Y

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r-hitung dengan r-tabel.<sup>21</sup> Sebuah item pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Artinya, apabila korelasi antara butir pertanyaan dan skor total lebih besar dari 0,05, maka butir instrumen tersebut dianggap tidak valid dan perlu diperbaiki.

---

<sup>21</sup> Yusup, Febrinawati. "Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif." *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 7, no. 1 (2018).

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen penelitian digunakan untuk mengukur kehandalan (konsistensi) item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Jika hasil pengujian instrumen menunjukkan konsistensi yang tinggi, maka instrumen tersebut dianggap memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Menurut Riduwan, uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, yaitu:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

### Keterangan :

$\alpha$ : nilai reliabilitas (*Cronbach Alpha*)

$k$ : jumlah item atau pertanyaan

$i \sum \sigma_i^2$ : jumlah varians tiap item

$\sigma_t^2$ : varians total

*Cronbach Alpha* adalah rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat keandalan instrumen penelitian. Instrumen dikatakan reliabel atau handal jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.<sup>22</sup> Dengan demikian, jika hasil perhitungan menunjukkan nilai alpha lebih dari 0,6, maka instrumen tersebut dapat digunakan untuk penelitian dengan tingkat kepercayaan yang tinggi.

---

<sup>22</sup> Janna, Nilda Miftahul, and Herianto Herianto. "Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS." (2021).

## **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan salah satu proses penting dalam penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan terkumpul untuk memecahkan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan terdiri dari beberapa tahap, sebagai berikut:

### **1. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memeriksa apakah data yang digunakan memenuhi beberapa asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas.

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal, yang merupakan salah satu prasyarat dalam analisis statistik parametrik, seperti regresi linier berganda. Meskipun secara teori data dengan jumlah sampel lebih dari 30 dapat diasumsikan berdistribusi normal berdasarkan Teorema Limit Central, namun dalam penelitian ini, uji normalitas tetap dilakukan secara statistik untuk memastikan validitas data yang digunakan. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S) tidak berdistribusi normal maka dilakukan Uji Monte Carlo. Uji *Monte Carlo* bertujuan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak dari sampel penelitian. Metode

ini digunakan karena cocok untuk data yang berskala interval dan rasio, serta dapat menguji normalitas data secara individual maupun keseluruhan.<sup>23</sup> Rumus Uji Kolmogorov-Smirnov:

$$D = \frac{\sup}{x} | F_o(x) - F_e(x) |$$

**Keterangan :**

$D$  = nilai statistik Kolmogorov-Smirnov

$F_o(x)$  = distribusi frekuensi kumulatif observasi (empiris)

$F_e(x)$  = distribusi frekuensi kumulatif teoritis (normal)

$\sup$  = supremum, yaitu nilai maksimum dari selisih absolut antara dua distribusi

Namun dalam praktik, software statistik seperti SPSS digunakan untuk menghitung nilai signifikansi dari uji ini. Data dikatakan normal jika nilai Sig. (*Significance*) > 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan apakah dalam suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Keberadaan korelasi yang tinggi antara variabel bebas (interkorelasi) dapat menyebabkan gangguan dalam estimasi model regresi, sehingga hasil analisis menjadi tidak akurat. Model regresi yang baik adalah model yang terbebas dari gejala multikolinearitas, yaitu kondisi ketika variabel independen saling berkorelasi secara signifikan. Berikut

---

<sup>23</sup> Priadana, M. Sidik, and Denok Sunarsi. *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books, 2021.

adalah rumus untuk mendeteksi multikolinearitas menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF).<sup>24</sup>

$$VIF = \frac{1}{Tolerance} = \frac{1}{1 - R^2}$$

Gejala multikolinearitas dapat dideteksi melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Menurut Nugraha (2022), jika nilai VIF > 10 atau nilai *tolerance* < 0,1, maka model mengalami multikolinearitas. Sebaliknya, jika VIF < 10 dan *tolerance* > 0,1, maka model bebas dari multikolinearitas. Langkah yang dapat dilakukan jika terjadi multikolinearitas adalah menghilangkan salah satu variabel independen yang memiliki korelasi tinggi. Pridana menambahkan bahwa dalam model regresi yang ideal, tidak seharusnya terjadi korelasi antar variabel bebas. Hal ini penting agar kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat diukur secara akurat dan tidak bias. Dengan demikian, uji multikolinearitas menjadi bagian penting dalam proses validasi model regresi, termasuk dalam penelitian ini yang menguji pengaruh iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Priadana, M. Sidik, and Denok Sunarsi. *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books, 2021.

<sup>25</sup> Priadana, M. Sidik, and Denok Sunarsi. *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books, 2021.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual antara pengamatan satu dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Apabila varians residual antara pengamatan tidak sama, maka hal ini disebut heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika varians residual tersebut sama, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang memenuhi asumsi homoskedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat pola pada grafik *scatterplot*. Jika titik-titik pada grafik menyebar secara merata di sekitar angka 0 pada sumbu Y tanpa pola yang jelas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Namun, jika titik-titik membentuk pola tertentu, seperti gelombang atau melebar kemudian menyempit, maka hal ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.

## 2. Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, regresi linier berganda digunakan untuk menguji sejauh mana iklan ( $X_1$ ) dan lingkungan sosial ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap minat judi online ( $Y$ ), baik secara bersama-sama maupun masing-masing secara terpisah. Analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini digunakan untuk membentuk persamaan yang dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen, baik

secara simultan maupun parsial. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel bebas (independen) secara bersama-sama (simultan) maupun secara terpisah (parsial) berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Model ini sangat berguna dalam penelitian yang melibatkan lebih dari satu faktor penyebab untuk memprediksi atau menjelaskan suatu variabel tertentu. Adapun rumus umum regresi linier berganda adalah sebagai berikut.<sup>26</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Dimana :

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

$X_1, X_2, \dots, X_n$  = Variabel independen (variabel bebas)

a = Konstanta (intersep)

$b_1, b_2, \dots, b_n$  = Koefisien regresi masing-masing variabel X

e = Error (galat)

### 3. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Jawaban ini masih didasarkan pada teori yang relevan dan belum didukung oleh fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>27</sup> Dalam penelitian ini, uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui

---

<sup>26</sup> Priadana, M. Sidik, and Denok Sunarsi. *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books, 2021.

<sup>27</sup> Unaradjan, Dominikus Dolet. *Metode penelitian kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta, 2019.

pengaruh iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online di kalangan remaja Desa Trimulyo.

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau Uji F merupakan salah satu teknik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Menurut Unaradjan, uji F dilakukan dengan membandingkan antara variasi yang dijelaskan oleh model regresi (regression) dan variasi yang tidak dijelaskan oleh model (residual). Nilai F hitung kemudian dibandingkan dengan F tabel atau ditinjau berdasarkan nilai signifikansi (Sig.).<sup>28</sup> Rumus Uji F, yaitu :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

**Keterangan:**

$F$  = Nilai  $F_{hitung}$

$R^2$  = Koefisien Korelasi yang telah ditentukan

$k$  = Jumlah Variabel Bebas

$n$  = Jumlah Anggota Sampel

---

<sup>28</sup> ibid

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$ , maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terdapat pengaruh simultan yang signifikan.

Dalam konteks penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel iklan dan lingkungan sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat judi online di kalangan remaja Desa Trimulyo.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan (X1) dan lingkungan sosial (X2) terhadap minat judi online (Y) secara parsial atau individu. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel pada tingkat signifikansi 5% (0,05).<sup>29</sup> Berikut adalah rumus Uji Parsial (Uji t) yang digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen dalam model regresi linier:

$$t = \frac{b_i}{SE(b_i)}$$

---

<sup>29</sup> Unaradjan, Dominikus Dolet. *Metode penelitian kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta, 2019.

**Keterangan:**

$t$  = nilai statistik  $t$

$b_i$  = koefisien regresi dari variabel independen ke- $i$

$SE(b_i)$  = standar error dari koefisien regresi  $b_i$

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti variabel bebas (iklan atau lingkungan sosial) berpengaruh secara signifikan terhadap minat judi online.
- 2) Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, yang berarti variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat judi online.

Dengan uji ini, peneliti dapat mengetahui apakah iklan dan lingkungan sosial masing-masing berperan dalam meningkatkan minat remaja Desa Trimulyo untuk terlibat dalam judi online.

c. Koefisien Determinasi (Uji R)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas (iklan dan lingkungan sosial) dalam menjelaskan variabel terikat (minat judi online).<sup>30</sup> Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1:

- 1) Nilai  $R^2$  mendekati 0 berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat kecil, sehingga model kurang baik dalam memprediksi minat judi online.

---

<sup>30</sup> Azhari, Muhammad Taufiq, M. Pd Al Fajri Bahri, M. Si Asrul, and Tien Rafida. *Metode penelitian kuantitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

2) Nilai  $R^2$  mendekati 1 berarti hampir semua informasi yang diperlukan untuk menjelaskan variasi minat judi online dapat dijelaskan oleh variabel bebas (iklan dan lingkungan sosial). Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi sebagai berikut :

0,00 – 0,199 = Sangat Rendah

0,20 – 0,399 = Rendah

0,40 – 0,599 = Sedang

0,60 – 0,799 = Kuat

0,80 – 1,000 = Sangat Kuat

Koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi ( $R$ ) dan dikalikan dengan 100%. Nilai ini menunjukkan persentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model penelitian ini. Dirumuskan sebagai berikut.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD : Koefisien Determinasi

$r^2$  : Koefisien korelasi yang dikuadratkan

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Lokasi Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Desa Trimulyo**

###### **a. Sejarah Desa Trimulyo**

Desa Trimulyo adalah Desa yang terletak di selatan aliran sungai way ratai mulanya merupakan hutan yang telah dirubah menjadi areal pertanian persawahan perkebunan dan pemukiman yang masuk dalam wilayah Kecamatan Padang cermin.kabupaten pesawaran, Desa Trimulyo ditinggali penduduk pada tahun 1936 (Zaman Kolonial Belanda) yang merupakan para pendatang dari pulau Jawa, didatangkan oleh pemerintah Hindia Belanda dalam program kolonisasi atau transmigrasi.

Pada tahun 1937 diresmikan pembentukkan Desa Banjaran yang merupakan Desa induk dari pemekaran Desa Trimulyo, adalah merupakan pemukiman penduduk yang membanjar dari sungai Way Ratai yang kemudian dinamakan Banjaran. Nama Trimulyo merupakan filosofi dari tiga nilai yang di junjung tinggi di Desa Trimulyo, Desa Trimulyo resmi berdiri menjadi Desa definitif pada tanggal 25 Juli 2012 pemekaran dari Desa Banjaran.

## 2. Gambaran Umum Penduduk Desa Trimulyo

### a. Jumlah Penduduk Desa Trimulyo

Desa Trimulyo berdasarkan sensus sementara pada tahun 2022 mempunyai jumlah penduduk sebesar 996 jiwa, jumlah laki-laki 537 jiwa, jumlah perempuan 459 jiwa, jumlah kepala keluarga 271, dan jumlah keluarga miskin 175 keluarga yang tersebar dalam 3 Dusun dengan perincian sebagai berikut:

No	Nama Dusun	Jumlah KK	Jumlah Jiwa		Jumlah Total Jiwa (Orang)
			Laki-Laki (Orang)	Perempuan (Orang)	
1.	Dusun Trimulyo	87	179	162	341
2.	Dusun Trijaya	60	118	92	210
3.	Dusun Trirahayu	132	245	230	475
Jumlah		279	542	484	1.026

### b. Tingkat Pendidikan Peduduk Desa Trimulyo

Tingkat pendidikan masyarakat Desa Trimulyo adalah sebagai berikut :

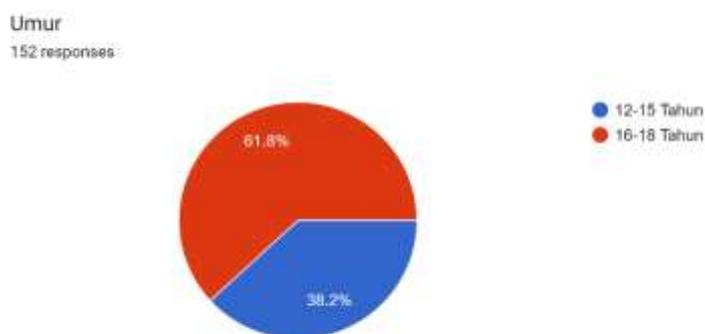
No	Tingkat Pendidikan Penduduk	Jumlah
1.	Penduduk Buta Huruf	80 Orang
2.	Penduduk Prasekolah dan Masih Sekolah	112 Orang
3.	Penduduk Tidak Tamat SD	214 Orang
4.	Penduduk Tamat SD	279 Orang
5.	Penduduk Tamat SMP	115 Orang
6.	Penduduk Tamat SLTA	104 Orang
7.	D-3	0 orang
8.	S-1	12 Orang
Jumlah		916 Orang

## B. Profil Responden Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui kuesioner berbasis skala Likert yang dilakukan secara daring menggunakan platform *Google Form*. Selanjutnya disebarakan melalui aplikasi WhatsApp secara langsung kepada responden yang memenuhi kriteria, yaitu remaja berusia 12-18 tahun yang berdomisili di Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran. Dari kuesioner yang telah disebarakan selama 12 hari pada tanggal 28 Mei 2025 sampai dengan tanggal 08 Juni 2025 kepada responden terdiri atas 12 item pertanyaan yang terbagi atas tiga kategori yaitu, 4 pertanyaan digunakan untuk mengetahui tentang variabel Iklan ( $X_1$ ), 3 pertanyaan digunakan untuk mengetahui tentang variabel Lingkungan Sosial ( $X_2$ ), dan 5 pertanyaan digunakan untuk mengetahui tentang variabel Minat Judi Online ( $Y$ ).

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Pada penelitian ini profil responden yang menjadi sampel berdasarkan usia dapat di lihat pada grafik dibawah ini



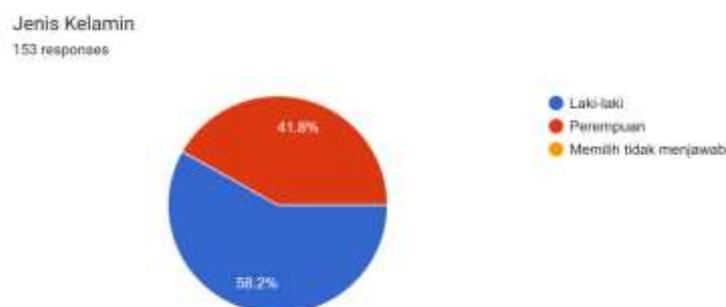
Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa dari total 152 responden, mayoritas berada pada rentang usia 16–18 tahun, yaitu sebanyak 61,8%. Sementara itu, responden yang berada pada rentang usia 12–15 tahun berjumlah 38,2%. Data ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia yang lebih tua dalam kategori remaja.

Dominasi usia 16–18 tahun kemungkinan besar dipengaruhi oleh tingginya partisipasi dari pelajar tingkat akhir pada jenjang pendidikan menengah pertama atau awal menengah atas, yang mungkin memiliki pemahaman lebih baik terhadap kuesioner atau topik yang diteliti. Selain itu, kelompok usia ini umumnya telah memiliki tingkat kematangan berpikir yang lebih tinggi, sehingga lebih aktif dalam merespons survei.

Pemahaman terhadap sebaran usia ini penting karena dapat memengaruhi cara pandang, pengalaman, serta preferensi responden terhadap topik yang dibahas dalam penelitian. Oleh karena itu, dalam menganalisis data lebih lanjut, faktor usia perlu diperhatikan sebagai salah satu variabel yang bisa memengaruhi hasil penelitian.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah responden berdasarkan jenis kelamin:



Berdasarkan data yang ditampilkan pada diagram, sebanyak 153 responden memberikan jawaban terkait jenis kelamin mereka. Dari jumlah tersebut, responden laki-laki mendominasi dengan persentase sebesar 58,2%, sedangkan responden perempuan berjumlah 41,8%. Tidak terdapat responden yang memilih opsi “memilih tidak menjawab”.

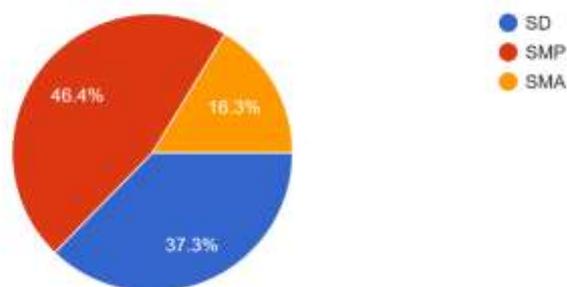
Distribusi ini menunjukkan bahwa keterlibatan laki-laki dalam pengisian kuesioner lebih tinggi dibandingkan perempuan. Perbedaan persentase ini masih dalam batas wajar dan tidak menunjukkan kesenjangan yang terlalu besar, sehingga data tetap dianggap representatif untuk dianalisis berdasarkan perspektif gender.

Pemahaman terhadap distribusi jenis kelamin ini penting karena dapat memberikan gambaran mengenai kecenderungan atau perbedaan persepsi antara laki-laki dan perempuan terhadap topik yang sedang diteliti.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berikut adalah Pendidikan responden pada penelitian ini:

Pendidikan Terahir  
153 responses



Berdasarkan hasil dari 153 responden, mayoritas memiliki tingkat pendidikan terakhir pada jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP), yaitu sebesar 46,4%. Selanjutnya, responden yang berpendidikan terakhir Sekolah Dasar (SD) berjumlah 37,3%, dan sisanya sebesar 16,3% berasal dari jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA).

Distribusi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih berada pada fase pendidikan dasar dan menengah pertama, yang kemungkinan besar berusia remaja awal hingga pertengahan. Tingginya jumlah responden dengan pendidikan terakhir SMP dan SD mencerminkan bahwa populasi dalam penelitian ini mayoritas belum mencapai jenjang pendidikan atas.

Data ini penting untuk dianalisis karena tingkat pendidikan dapat memengaruhi cara responden memahami dan merespons pertanyaan dalam kuesioner. Selain itu, hal ini juga dapat menjadi indikator kemampuan literasi dan kesiapan mereka dalam menerima atau merespons topik penelitian tertentu.

## C. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Deskriptif Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1P1	153	1	5	3.51	1.020
X1P2	153	1	5	3.39	1.096
X1P3	153	1	5	3.30	1.046

X1P4	153	1	5	3.23	1.097
X2P1	153	1	5	2.72	1.109
X2P2	153	1	5	2.65	1.150
X2P3	153	1	5	2.56	1.123
YP1	153	1	5	2.84	1.159
YP2	152	1	5	2.90	1.102
YP3	153	1	5	2.78	1.088
YP4	152	1	5	2.78	1.146
YP5	152	1	5	2.37	1.102
Valid N (listwise)	150				

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai persepsi responden terhadap variabel-variabel penelitian. Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 153 responden (dengan valid listwise N = 150), diperoleh nilai rata-rata (mean), nilai minimum, maksimum, serta simpangan baku (standard deviation) dari setiap indikator variabel.

#### 1) Variabel X<sub>1</sub> (Iklan)

Iklan terdiri atas empat indikator, yaitu X1P1 hingga X1P4. Nilai rata-rata keempat indikator ini berada pada kisaran 3.23 hingga 3.51, yang menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan iklan judi online. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi adalah X1P1 (mean = 3.51), diikuti oleh X1P2 (mean = 3.39), yang menunjukkan bahwa aspek visual atau frekuensi iklan dianggap cukup menarik perhatian responden. Sementara itu, X1P4 menunjukkan nilai rata-rata terendah dalam variabel ini

(mean = 3.23). Simpangan baku untuk semua indikator berkisar antara 1.02 hingga 1.097, yang menunjukkan variasi sedang dalam persepsi responden terhadap iklan.

## 2) Variabel $X_2$ (Lingkungan Sosial)

Lingkungan Sosial terdiri atas tiga indikator, yaitu  $X2P1$  sampai  $X2P3$ . Nilai rata-rata dari ketiga indikator ini relatif lebih rendah dibandingkan variabel  $X1$ , yakni berkisar antara 2.56 hingga 2.72. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung berada pada kategori netral hingga tidak setuju terhadap pengaruh lingkungan sosial terhadap minat berjudi. Indikator tertinggi adalah  $X2P1$  (mean = 2.72) dan yang terendah adalah  $X2P3$  (mean = 2.56). Nilai simpangan baku berkisar antara 1.109 hingga 1.150, menunjukkan adanya penyebaran data yang cukup bervariasi di antara responden.

## 3) Variabel $Y$ (Minat Judi Online)

Minat Judi Online terdiri atas lima indikator, yaitu  $YP1$  hingga  $YP5$ . Secara umum, nilai rata-rata indikator dalam variabel ini berada pada kisaran 2.37 hingga 2.90, yang menandakan bahwa minat terhadap judi online berada pada tingkat yang relatif rendah di kalangan responden. Indikator  $YP2$  menunjukkan nilai rata-rata tertinggi (mean = 2.90), sedangkan  $YP5$  memiliki nilai rata-rata terendah (mean = 2.37), mengindikasikan bahwa responden paling tidak menyetujui

pernyataan yang terkait dengan dorongan kuat untuk terus bermain judi online. Simpangan baku seluruh indikator dalam variabel ini berkisar antara 1.088 hingga 1.159, yang mengindikasikan variasi tanggapan yang cukup moderat.

b. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada setiap pertanyaan menggunakan program IBM SPSS 26 dengan melakukan perbandingan  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen dikatakan valid dan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	R HITUNG	R TABEL	Keterangan
Iklan ( $X_1$ )	0,874	0,361	Valid
	0,967	0,361	Valid
	0,954	0,361	Valid
	0,895	0,361	Valid
Lingkungan Sosial ( $X_2$ )	0,869	0,361	Valid
	0,875	0,361	Valid
	0,791	0,361	Valid
Minat Judi Online (Y)	0,876	0,361	Valid
	0,902	0,361	Valid
	0,933	0,361	Valid
	0,913	0,361	Valid
	0,756	0,361	Valid

*Sumber : Data Olah SPSS 26*

Berdasarkan Tabel 4.1 jumlah soal yang di uji untuk uji validitas sebanyak 12 pertanyaan, untuk variabel iklan ( $X_1$ ) sebanyak 4 pertanyaan, untuk pertanyaan variabel lingkungan sosial ( $X_2$ ) sebanyak 3 pertanyaan dan untuk variabel minat judi online (Y)

sebanyak 5 pertanyaan dan semua item pertanyaan dinyatakan valid karena  $r$  hitung  $>$   $r$  table.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel, suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil. Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Berikut hasil uji reliabilitas :

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Iklan ( $X_1$ )	0,937	4	Reliabel
Lingkungan Sosial ( $X_2$ )	0,797	3	Reliabel
Minat Judi Online (Y)	0,922	5	Reliabel

*Sumber : Data Olah SPSS 26*

Dari tabel di atas, Instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 12 item pertanyaan untuk semua variabel dapat dikatakan reliabel atau konsisten.

## 2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai yang residual terdistribusi normal atau tidak. Cara yang dapat

digunakan untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas  $>0,05$  maka, hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi secara normal. Namun apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas  $<0,05$  maka, hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas**

<b>Jenis Signifikansi</b>	<b>Nilai Sig.</b>
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,045
Monte Carlo. Sig. (2-tailed)	0,370

*Sumber : Data Olah SPSS 26*

Diketahui dari hasil data diatas bahwa hasil uji *Kolmogrov-Smirnov test* dengan nilai signifikan sebesar 0,045 artinya dapat disimpulkan bahwa residual tidak terdistribusi secara normal karena nilai signifikan  $0,045 < 0,05$ . Karena hasil uji normalitas pada penelitian ini tidak berdistribusi normal, maka perlu dilakukan olah data. Salah satu cara yang mungkin adalah dengan menggunakan metode *Monte Carlo*. Uji *Monte Carlo* bertujuan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak dari sampel penelitian. Setelah dilakukan uji monte carlo diperoleh bahwa nilai residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini dapat

dibuktikan bahwa nilai signifikan yang semula 0,045 setelah dilakukan uji monte carlo naik menjadi 0.370. Yang mana nilai signifikan  $0,370 > 0,05$  menunjukkan bahwa data berdistribusi dengan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi diantara variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan untuk mendeteksi apakah model regresi linear mengalami multikolinearitas ataupun tidak, dapat diperiksa menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) untuk masing-masing variabel independen, yaitu jika suatu variabel independen mempunyai nilai  $VIF < 10$  dan nilai tolerance  $> 0,10$  maka tidak terjadi gejala multikolinieritas dan sebaliknya. Berikut hasil menggunakan uji variance inflation factor (VIF).

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Iklan ( $X_1$ )	0,794	1,259
Lingkungan Sosial ( $X_2$ )	0,794	1,259

*Sumber : Data Olah SPSS 26*

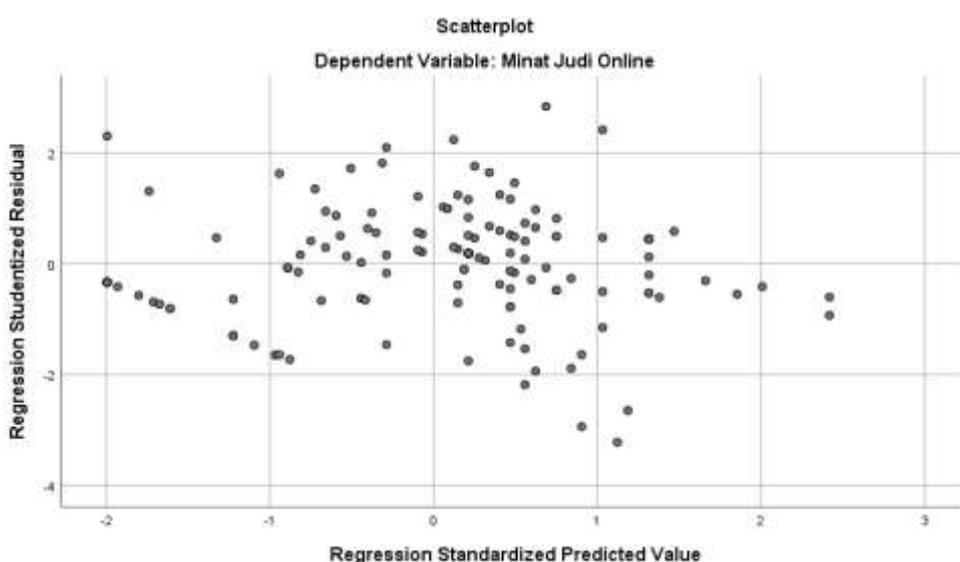
Bedasarkan pada tabel diatas yakni uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai VIF variabel iklan dan lingkungan sosial  $1,259 < 10$ . Sedangkan nilai tolerance  $0,794 > 0,10$ . Maka dapat

disimpulkan bahwa variabel independent yaitu variabel iklan dan lingkungan sosial tidak terjadi Multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat kesamaan varians residual antara pengamatan satu dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Deteksi heterokedastisitas dilakukan dengan melihat pola pada grafik *scatterplot*. Jika titik-titik pada grafik menyebar secara merata di sekitar angka 0 pada sumbu Y tanpa pola yang jelas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Namun, jika titik-titik membentuk pola tertentu, seperti gelombang atau melebar kemudian menyempit, maka hal ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil dari uji Heteroskedastisitas:

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Data Olah SPSS 26

Berdasarkan Gambar Scatterplot di atas digunakan untuk menguji ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Jika titik-titik pada grafik menyebar di sekitar garis nol dan tidak membentuk pola tertentu (seperti pola menyerupai kipas, garis lengkung, atau konsentrasi), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dari hasil scatterplot yang ditampilkan, tampak bahwa sebaran titik tidak membentuk pola tertentu dan tersebar secara acak di atas dan di bawah garis horizontal (nol). Hal ini menunjukkan bahwa varian residual bersifat konstan (homoskedastisitas).

Dengan kata lain, regresi yang baik adalah yang memenuhi asumsi homoskedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji sejauh mana iklan dan lingkungan social berpengaruh terhadap minat judi online. Dari uji regresi linear berganda ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yakni iklan dan lingkungan sosial terhadap minat judi online.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

<b>Model</b>	<b>Unstandardized B</b>
(Constant)	1,814
Iklan ( $X_1$ )	0,244
Lingkungan Sosial ( $X_2$ )	1,075

*Sumber : Data Olah SPSS 26*

Bedasarkan tabel 4.5 di atas dapat dilihat hasil yang diperoleh dari persamaan koefisien regresi diatas :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 1,814a + 0,244 X_1 + 1,075X_2 + e$$

Penjelasan

Y: Minat Judi Online

a,b : Alpha (Kostanta)

X<sub>1</sub>: Iklan

X<sub>2</sub>: Lingkungan Sosial

b<sub>1</sub>,b<sub>2</sub> = Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen

e: Eror (Residual)

- 1) Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 1,814 menunjukkan bahwa apabila variabel iklan dan lingkungan sosial, maka nilai minat judi online diperkirakan sebesar 1,814. Artinya, meskipun tanpa pengaruh dari iklan dan lingkungan sosial, remaja tetap memiliki tingkat minat judi online sebesar 1,814.
- 2) Koefisien variabel iklan sebesar 0,244 Koefisien ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan positif antara paparan iklan judi online dan minat berjudi online. Secara spesifik, setiap peningkatan satu satuan skor pada variabel iklan akan meningkatkan minat judi online sebesar 0,244 satuan, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- 3) Koefisien variabel lingkungan social sebesar 1,075 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel lingkungan sosial

akan meningkatkan minat judi online sebesar 1,075. Nilai koefisien yang relatif besar ini mengindikasikan bahwa pengaruh lingkungan sosial terhadap minat judi online jauh lebih kuat dibandingkan dengan variabel iklan. Koefisien ini memperlihatkan bahwa variabel lingkungan sosial memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap minat judi online. Setiap kenaikan satu satuan pada skor lingkungan sosial diprediksi akan meningkatkan minat judi online sebesar 1,075 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

- 4) Error (e) dalam persamaan menunjukkan adanya variabel-variabel lain di luar model ini yang juga dapat memengaruhi minat judi online, yang belum dimasukkan ke dalam persamaan regresi.

Secara keseluruhan, model ini menunjukkan bahwa baik iklan ( $X_1$ ) dan lingkungan sosial ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif terhadap minat judi online ( $Y$ ) sebagai variabel yang memberikan pengaruh paling dominan di antara keduanya. Komponen error dalam model ini merepresentasikan variasi minat judi online yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel iklan dan lingkungan sosial. Dengan kata lain, ada faktor lain yang tidak tercakup dalam model regresi ini tetapi juga berkontribusi terhadap minat judi online. Oleh karena itu, meskipun model ini cukup menjelaskan sebagian besar variasi, tetap diperlukan kehati-hatian dalam interpretasi dan kemungkinan untuk menambahkan variabel lain pada penelitian selanjutnya.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji T (Parsial)

Dilakukannya uji t guna untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel iklan dan lingkungan social secara parsial terhadap minat judi online. Adapun hasil dari t hitung dapat dilihat pada Coefficient, sedangkan nilai uji t dapat dilihat pada p-Value (sig) pada masing-masing variabel independen. Pengambilan keputusan berdasarkan: apabila nilai signifikansi  $>0,05$  maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai sig  $<0,05$  maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji T**

<b>Model</b>	<b>T hitung</b>	<b>Sig</b>
(Constant)	1,917	0,057
Iklan (X <sub>1</sub> )	3,387	0,001
Lingkungan Sosial (X <sub>2</sub> )	11,607	0,000

*Sumber : Data Olah SPSS 26*

Hasil yang diperoleh pada uji t diatas yaitu t hitung dan nilai signifikansi pada iklan dan lingkungan sosial menggunakan  $\alpha = 5\%$  dan uji dua sisi, sebagai berikut:

- 1) Diketahui t hitung sebesar 3,387 lebih besar dari t tabel 1.655 dan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak. Dengan Demikian variabel iklan (X<sub>1</sub>)

berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat judi online (Y).

- 2) Diketahui t hitung sebesar 11,607 lebih besar dari t tabel 1.655 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak. Dengan Demikian variabel lingkungan sosial (X<sub>2</sub>) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat judi online (Y).
- 3) Dalam penelitian ini, jumlah sampel sebanyak 153 responden, sehingga derajat kebebasan (df) adalah  $n - k = 153 - 3 = 150$  (dengan k = jumlah variabel independen + 1 untuk konstanta). Berdasarkan tabel distribusi t dengan taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ), maka diperoleh t tabel sebesar 1.655.

b. Uji F

Uji F atau Uji Simultan merupakan menguji atau mengkonfirmasi hipotesis tentang pengaruh antara Variabel iklan dan lingkungan sosial secara bersama-sama terhadap Minat Judi Online.

**Table 4.7**  
**Hasil Uji F**

<b>Model</b>	<b>F Hitung</b>	<b>Sig</b>
Regression	114.531	0.000
Residual	-	-
Total	-	-

*Sumber : Data Olah SPSS 26*

Penghitungan nilai  $f$  dengan cara yang dilakukan di atas, menunjukkan bahwa nilai statistik  $f$  hitung sebesar 114,531. Uji  $f$  adalah membandingkan nilai  $f$  hitung dengan nilai  $f$  tabel untuk melihat apakah variabel iklan ( $X_1$ ) dan lingkungan sosial ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara terhadap variabel minat judi online ( $Y$ ). Adapun hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

$H_0$  : Iklan dan Lingkungan Sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Judi Online di kalangan remaja Desa Trimulyo.

$H_a$  : Iklan dan Lingkungan Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Judi Online di kalangan remaja Desa Trimulyo.

Dengan menggunakan derajat kesalahan yang ditolerir adalah 5% (dibaca:  $\alpha = 0,05$ ), dan karena jumlah sampel adalah sebanyak 153 responden maka jumlah parameter yang diuji ( $\infty$ ) 2, jumlah variabel ( $k$ ) 3 dan  $df$  ( $n-k$ ) adalah jumlah variabel bebas. Jadi  $153-3 = 150$ , maka diperoleh untuk  $f$  tabel sebesar 2.66.

Dari penjelasan di atas, dihasilkan  $f$  hitung sebesar 114,531 dan  $f$  tabel sebesar 2,66 artinya nilai  $f$  hitung lebih besar dari  $f$  tabel ( $114,531 > 2,66$ ). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0 : r = 0$  atau  $H_0$  ditolak dan  $H_0 : r \neq 0$  atau  $H_a$  diterima, atau dalam artian iklan dan lingkungan social berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat judi online Di Kalangan Remaja Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.

## c. Uji R Square

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menurut Sugiyono pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi sebagai berikut :

0,00 – 0,199 = Sangat Rendah

0,20 – 0,399 = Rendah

0,40 – 0,599 = Sedang

0,60 – 0,799 = Kuat

0,80 – 1,000 = Sangat Kuat

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji R Square**

Model	R Square	Adjusted R Square
1	0.604	0.599

*Sumber : Data Olah SPSS 26*

Berdasarkan Tabel 4.8, nilai R (korelasi) sebesar 0,604 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen yaitu iklan dan lingkungan social terhadap variabel dependen minat judi online tergolong sangat tinggi, karena berada di angka 0,604.

Nilai R Square sebesar 0,604 berarti bahwa sebesar 60,4% variasi atau perubahan dapat dijelaskan oleh variabel iklan dan lingkungan sosial dalam model regresi ini. Dengan kata lain, model hanya mampu menjelaskan 60,4% dari keseluruhan variasi data,

sedangkan sisanya yaitu sebesar 39,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model ini.

Selanjutnya, nilai Adjusted R Square sebesar 0,599 digunakan untuk menyesuaikan nilai R Square terhadap jumlah variabel bebas dalam model dan ukuran sampel yang digunakan. Nilai ini masih menunjukkan interpretasi terhadap koefisien korelasi yang tinggi, yang berarti bahwa model regresi sangat baik menjelaskan variabel iklan dan lingkungan sosial.

#### **D. Pembahasan**

Bedasarkan pengujian yang telah dilakukan, maka dalam bab ini akan dijelaskan secara lebih rinci pada pembahasan hasil uji hipotesis. Adapun pembahasan dari setiap hipotesis dalam penelitian ini adalah

##### **1. Pengaruh Iklan ( $X_1$ ) terhadap Minat Judi Online (Y).**

Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas, khususnya remaja, dalam melihat dan berinteraksi dengan iklan judi online, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memiliki minat terhadap aktivitas berjudi secara daring.

Iklan judi online seringkali menggunakan strategi menarik seperti bonus besar serta iming-iming hadiah instan. Iklan semacam ini dapat memengaruhi persepsi dan emosi audiens, terutama remaja yang berada dalam tahap pencarian identitas dan cenderung memiliki kontrol diri yang belum stabil. Akibatnya, eksposur berulang terhadap konten semacam ini berpotensi membentuk pola pikir bahwa judi online merupakan cara cepat

dan mudah untuk memperoleh keuntungan, meskipun mengandung risiko yang tinggi.

Kontribusi nyata dari iklan terhadap peningkatan minat judi online menjadi perhatian penting dalam konteks perlindungan remaja dan mahasiswa dari pengaruh negatif media digital. Dampak jangka panjang dari meningkatnya minat berjudi antara lain mencakup penurunan fokus akademik, gangguan psikologis, perilaku adiktif, serta keterlibatan dalam tindakan ilegal. Temuan ini menunjukkan perlunya pengawasan terhadap konten digital dan literasi digital untuk membentengi remaja dari pengaruh negatif media. Iklan judi online yang terus beredar dapat menjadi pintu masuk perilaku menyimpang seperti adiksi, penurunan fokus belajar, hingga tindakan ilegal..

Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan temuan Rizka Ramadhan (2023), yang menyatakan bahwa iklan tidak berpengaruh secara signifikan atau bahkan memiliki pengaruh negatif terhadap minat berjudi online, sementara motif berjudi online justru berpengaruh positif. Meskipun demikian, kedua variabel tersebut dalam penelitiannya tetap menunjukkan adanya pengaruh secara simultan terhadap minat berjudi online. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, konteks sosial, maupun periode waktu penelitian yang dilakukan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ramadhan, Rikza. "*Pengaruh Paparan Online Gambling Ads dan Motif Perjudian Terhadap Perilaku Perjudian Online pada Mahasiswa Surabaya*" PhD diss., Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2024.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yusuf dkk. (2024), yang menunjukkan bahwa iklan dan pengaruh teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku yang diteliti. Temuan ini memperkuat bahwa eksposur terhadap iklan serta interaksi sosial dengan teman sebaya dapat mendorong individu untuk merespons secara aktif, baik dalam bentuk perilaku konsumtif maupun keputusan tertentu, termasuk dalam konteks yang berkaitan dengan aktivitas online.<sup>2</sup>

## **2. Pengaruh Lingkungan Sosial (X<sub>2</sub>) terhadap Minat Judi Online (Y)**

Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin kuat pengaruh lingkungan sosial terhadap individu, maka semakin besar pula kecenderungan individu tersebut untuk tertarik dan terlibat dalam aktivitas perjudian secara daring.

Lingkungan sosial adalah tempat terjadinya komunikasi sehari-hari yang sering mempengaruhi teman sebaya, keluarga maupun komunitas memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan perilaku remaja terhadap perjudian online. Remaja yang berada dalam lingkungan yang permisif atau bahkan mendukung praktik berjudi cenderung lebih mudah terpengaruh, karena adanya tekanan sosial atau keinginan untuk diterima dalam kelompok. Selain itu, norma-norma sosial yang berkembang dalam

---

<sup>2</sup> Akbar, Muhammad Yusuf, Tandiyo Pradekso, and Nurist Surayya Ulfa. "Pengaruh Terpaan Iklan Judi Online Di Media Sosial, Tingkat Pengawasan Orang Tua, Dan Intensitas Komunikasi Peer Group Terhadap Minat Bermain Judi Online." *Interaksi Online* 12, no. 4 (2024): 120-129.

kelompok tersebut dapat mereduksi persepsi risiko terhadap aktivitas berjudi, menjadikannya sebagai sesuatu yang lumrah atau bahkan menarik.

Dampaknya dapat mencakup peningkatan potensi kecanduan judi, penurunan kontrol diri, serta gangguan psikososial seperti stres, konflik keluarga, dan penurunan prestasi akademik. Oleh karena itu, pengaruh lingkungan sosial tidak dapat diabaikan dalam strategi pencegahan perilaku berjudi online, terutama di kalangan remaja dan mahasiswa. Upaya pendekatan berbasis keluarga, pendidikan nilai moral, serta penguatan lingkungan sosial yang sehat menjadi langkah strategis dalam menekan minat dan praktik perjudian daring.

### **3. Pengaruh Iklan ( $X_1$ ) dan Lingkungan Sosial ( $X_2$ ) Terhadap Minat Judi Online ( $Y$ )**

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel independen, yaitu Iklan dan Lingkungan Sosial, terhadap variabel dependen yaitu Minat Judi Online pada Remaja di Desa Trimulyo, Kecamatan Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran.

Artinya, baik iklan maupun lingkungan sosial secara bersama-sama berkontribusi secara nyata terhadap meningkatnya minat remaja dalam melakukan aktivitas judi online di wilayah tersebut. Hasil ini mengindikasikan bahwa paparan iklan judi online yang masif serta pengaruh lingkungan sosial seperti teman sebaya dan norma sekitar, menjadi faktor penting yang mendorong kecenderungan remaja untuk terlibat dalam praktik perjudian secara daring. Oleh karena itu, diperlukan

perhatian serius dari pihak keluarga, sekolah, dan pemerintah desa dalam mengedukasi remaja serta membatasi akses terhadap konten judi online sebagai langkah preventif terhadap perilaku menyimpang ini.

Nilai R Square sebesar 0,604 berarti bahwa sebesar 60,4% variasi atau perubahan dapat dijelaskan oleh variabel iklan dan lingkungan sosial dalam model regresi ini. Dengan kata lain, model hanya mampu menjelaskan 60,4% dari keseluruhan variasi data, sedangkan sisanya yaitu sebesar 39,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model ini.

Selanjutnya, nilai Adjusted R Square sebesar 0,599 digunakan untuk menyesuaikan nilai R Square terhadap jumlah variabel bebas dalam model dan ukuran sampel yang digunakan. Nilai ini masih menunjukkan interpretasi terhadap koefisien korelasi yang tinggi, yang berarti bahwa model regresi sangat baik menjelaskan variabel iklan dan lingkungan sosial.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil dari penelitian tentang Pengaruh Iklan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Judi Online Di Kalangan Remaja Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Iklan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Judi Online pada remaja di Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran. Artinya, semakin tinggi interaksi remaja dengan iklan judi online, maka semakin tinggi kecenderungan mereka untuk berminat melakukan judi online
2. Lingkungan Sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Judi Online pada remaja di Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran. Artinya, semakin kuat pengaruh lingkungan sosial terhadap individu, maka semakin kuat kecenderungan individu tersebut untuk tertarik dan terlibat dalam aktivitas perjudian secara daring.
3. Iklan maupun lingkungan social secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap meningkatnya minat remaja dalam melakukan aktivitas judi online di wilayah tersebut. Hasil ini

mengindikasikan bahwa paparan iklan judi online yang masif serta pengaruh lingkungan sosial seperti teman sebaya dan norma sekitar, menjadi faktor penting yang mendorong kecenderungan remaja untuk terlibat dalam praktik perjudian secara daring. Oleh karena itu, diperlukan perhatian serius dari pihak keluarga, sekolah, dan pemerintah desa dalam mengedukasi remaja serta membatasi akses terhadap konten judi online sebagai langkah preventif terhadap perilaku menyimpang ini. Tingkat pengaruh yang di berikan sebesar 60,4%.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan bahan pertimbangan guna memperkaya khasanah keilmuan sekaligus menjadi masukan praktis bagi berbagai pihak yang terlibat, khususnya dalam menghadapi pengaruh media sosial dan lingkungan sosial terhadap perilaku remaja. Adapun saran-saran tersebut sebagai berikut:

### **1. Peran Orang Tua dalam Pengawasan Media Sosial**

Diharapkan orang tua mampu mengatur pola penggunaan media sosial pada anak-anaknya dengan cara yang bijak dan proporsional. Pendampingan aktif sangat penting untuk memastikan bahwa media sosial dimanfaatkan untuk kegiatan yang bersifat edukatif, kreatif, dan produktif. Pengawasan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga perlu disertai dengan pendekatan emosional agar remaja merasa diperhatikan dan tidak merasa diawasi secara represif. Hal ini penting dalam membentuk literasi

digital dan ketahanan mental remaja terhadap paparan konten negatif di media sosial.

## 2. Pembinaan Interaksi Sosial dengan Teman Sebaya

Orang tua dan lingkungan sosial diharapkan dapat mendorong remaja untuk berinteraksi dalam kelompok sebaya yang sehat dan produktif. Kehidupan sosial remaja sangat dipengaruhi oleh lingkaran pertemanan, sehingga pembentukan kelompok sebaya yang mendukung kegiatan positif seperti diskusi ilmiah, olahraga, seni, atau kegiatan keagamaan akan sangat membantu dalam membangun karakter dan kepribadian remaja. Dalam aspek ini, pembinaan nilai-nilai seperti empati, kerja sama, dan tanggung jawab menjadi krusial.

## 3. Meningkatkan Kesadaran Remaja terhadap Risiko Perkembangan Zaman

Remaja diharapkan memiliki kesadaran dan kemampuan untuk menyaring pengaruh negatif dari perkembangan zaman, seperti gaya hidup hedonistik, perilaku menyimpang, dan konten digital yang tidak sesuai dengan norma sosial dan agama. Penanaman nilai-nilai moral dan spiritual yang kuat, serta pembentukan pola pikir kritis, menjadi hal penting dalam membentengi diri dari pengaruh destruktif. Peran lembaga pendidikan dan tokoh masyarakat juga diperlukan untuk mendukung pembentukan karakter tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, Adi. 2024. "Pemicu Kecanduan Judi, Ingin Cepat Kaya Sampai Kesepian." *Databoks*. Diakses 19 Desember 2024. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/a931e5d0c06b64e/pemicu-kecanduan-judi-ingin-cepat-kaya-sampai-kesepian>.
- Aji, Gunawan, Natalia Casha, Siti Fatimah, dan Allisa Qotrunnada Munawaroh. 2023. "Pengaruh Budaya terhadap Penerapan Strategi Pemasaran Internasional." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan 2* (2): 159–169.
- Akbar, Muhammad Yusuf, Tandiyo Pradekso, dan Nurist Surayya Ulfa. 2024. "Pengaruh Terpaan Iklan Judi Online di Media Sosial, Tingkat Pengawasan Orang Tua, dan Intensitas Komunikasi Peer Group terhadap Minat Bermain Judi Online." *Interaksi Online 12* (4): 120–129.
- Andriani, Femi, and Sari Nalurita. "Pengaruh iklan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia (studi kasus pada pengguna tokopedia di Jabodetabek)." *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen 1*, no. 3 (2021): 266-278.
- Anggraeni, Elly, dan Khasan Setiaji. 2018. "Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Economic Education Analysis Journal 7* (1): 172–180.
- Aparatur Desa Trimulyo, wawancara oleh Asti Liani, 17 Februari 2025, Desa Trimulyo.
- Arifin, Zainal. 2012. *Model Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Asakusuma, Cahiril. 2023. "Video Iklan sebagai Media Persuasi Sosial Menyikapi Black Campaign." *DIVAGATRA-Jurnal Penelitian Mahasiswa Desain 3* (2): 308–326.
- Asrulla, Asrulla, Risnita Risnita, M. Syahrani Jailani, dan Firdaus Jeka. 2023. "Populasi dan Sampling (Kuantitatif), serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis." *Jurnal Pendidikan Tambusai 7* (3): 26320–26332.
- Azhari, Muhammad Taufiq, M. Pd Al Fajri Bahri, M. Si Asrul, dan Tien Rafida. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- BKKBN. 2024. "Trimulyo." 19 Juni 2024. <https://kampungkb.bkkbn.go.id/kampung/34681/trimulyo>.

- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.
- Daulay, Bilal. 2017. "Sejarah tentang Media Kreatif." *PROFILM* 1: 106–130.
- Dewi, Sri Utami. 2019. "Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya terhadap Motivasi Belajar Santri MDT At-Taqwa Kp. Ranca Ayu Desa Maroko Kabupaten Garut." *THORIQOTUNA: Jurnal Pendidikan Islam* 2 (1): 13–32.
- Erlita, Novi. 2016. "Potret Periklanan di Media Massa Indonesia." *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial* 5 (2): 199–210.
- Fani, Dwi. 2020. *Konformitas dan Deviasi Sosial di Perkotaan*.
- Faradila, Alvina, dan Amrizal Siagian. 2024. "Perilaku Penyimpangan Sosial dalam Praktik Perjudian Online di Kalangan Pengemudi Ojek Online Kawasan Pamulang Tangerang Selatan." *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik (JIHHP)* 4 (5).
- Fawziyyah, Safynatul, dan B. Wahyudi Joko Santoso. 2017. "Implikatur Percakapan pada Iklan Kosmetik di Televisi: Kajian Pragmatik." *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 6 (3): 323–330.
- Gaurifa, Irfan. 2022. "Analisis Yuridis Pertimbangan Hakim dalam Menjatuhkan Hukuman terhadap Tindak Pidana Perjudian Secara Online (Studi Putusan 121/Pid. B/2012/Pn Gst)." *Jurnal Panah Hukum* 1 (2): 111–121.
- Hasyim, Mohammad Afifulloh. 2019. "Pemanfaatan Lingkungan Sekitar sebagai Sumber Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial." *Elementeris: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar Islam* 1 (1): 12–32.
- Heri, Totong. "Meningkatkan motivasi minat belajar siswa." *Rausyan Fikr: Jurnal Pemikiran dan Pencerahan* 15, no. 1 (2019).
- Hermawan, Nofa, Yetti Yetti, dan Indra Afrita. 2024. "Penegakan Hukum terhadap Tindak Pidana Perjudian Jenis Permainan Secara Online." *Innovative: Journal of Social Science Research* 4 (6): 7630–7646.
- Hidayat, Wahyu, Djoko Setyabudi, dan Nurist Surayya Ulfa. 2024. "Pengaruh Terpaan Iklan Judi Online dan Intensitas Komunikasi dengan Teman Sebaya terhadap Minat Bermain Judi Online." *Interaksi Online* 12 (4): 637–647.
- Indonesia, Tim Redaksi Kamus Besar Bahasa. 2018. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Indonesia. 2023. *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana*. Lembaran RI Tahun 2023, No. 1. Sekretariat Negara, Jakarta.

- Indonesia. 2024. *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Lembaran RI Tahun 2024, No. 1. Sekretariat Negara, Jakarta.
- Iskandar, M. Syahril. 2011. "Pembentukan Persepsi Visual pada Iklan Televisi." *Jurnal Visualita DKV* 3 (1): 1–21.
- Janna, Nilda Miftahul, dan Herianto Herianto. 2021. *Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS*.
- Kemal, Isthifa. 2013. "Makna Kontekstual Bahasa Iklan Rokok di Televisi." *Visipena* 4 (1): 1–20.
- Kurniawan, Heru. 2022. *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Deepublish.
- Liputan 6. 2023. "2,7 Juta Orang Indonesia Main Judi Online, Mayoritas Pelajar dan Ibu Rumah Tangga." *Liputan 6*. Diakses 19 Desember 2024. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5406813/27-juta-orang-indonesia-main-judi-online-mayoritas-pelajar-dan-ibu-rumah-tangga>.
- Lubis, Mayang Sari. 2018. *Metodologi Penelitian*. Deepublish.
- Maharani, Nanda Deristia, Nurist Surayya Ulfa, dan Sunarto Sunarto. 2023. "Pengaruh Intensitas Komunikasi Peer Group dan Terpaan Pesan Promosi Judi Online di Media Sosial terhadap Perilaku Adiktif Bermain Judi Online." *Interaksi Online* 11 (2): 1–11.
- Mahkamah Konstitusi. 2010. *Pengujian Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1974 tentang Penertiban Perjudian*. Jakarta.
- Majdina, Nadhilah Idzni, Budi Pratikno, dan Agustini Tripena. 2024. "Penentuan Ukuran Sampel Menggunakan Rumus Bernoulli dan Slovin: Konsep dan Aplikasinya." *Jurnal Ilmiah Matematika dan Pendidikan Matematika* 16 (1): 73–84.
- Meliza, Meliza, Deri Wanto, and Lukman Asha. "Persepsi Masyarakat Sukaraja, Rejang Lebong Terhadap Edaran Menteri Agama Nomor: SE. 6. Tahun 2020 Mengenai Tata Cara beribadah Saat Pandemi." *Manhaj: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 9, no. 1 (2020): 1-17.
- Mikhael, Mali Benyamin. 2019. "Bab II Arti Historisitas, Kebudayaan, dan Konstitusi." *Pendidikan Pancasila: Upaya Internalisasi Nilai-Nilai Kebangsaan*: 17.

- Moloku, Serina O., Johny RE Tampi, and Olivia FC Walangitan. "Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di IT Center Manado." *Jurnal administrasi bisnis (JAB)* 8, no. 2 (2019): 98-106.
- Muslim, Asrul. 2013. "Interaksi Sosial dalam Masyarakat Multietnis." *Jurnal Diskursus Islam* 1 (3): 483-494.
- Nisa, Ananda Hulwatun, Hidayatul Hasna, and Linda Yarni. "Persepsi." *KOLONI* 2, no. 4 (2023): 213-226.
- Nurdiansyah, Angga, dan Ageng Saepudin Kanda. 2024. "Bahaya Judi Online: Dampak Sosial, Ekonomi, dan Kesehatan." *Student Scientific Creativity Journal* 2 (1): 305-310.
- Oktaviani, Femi, dan Diki Rustandi. 2018. "Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness." *PROfesi Humas* 3 (1): 1-20.
- Pasha, Muhammad Kemal. 2023. *Interaksi Sosial dan Motivasi Bermain Judi Online (Studi pada Mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung)*.
- Populix. 2024. *Understanding the Impact of Online Gambling Ads Exposure*. Jakarta, Indonesia.
- Priadana, M. Sidik, dan Denok Sunarsi. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Rafiqah, Lailan, dan Harunur Rasyid. 2023. "The Dampak Judi Online terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat." *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan* 20 (2): 282-290.
- Ramadhan, Rikza. "Pengaruh Paparan Online Gambling Ads dan Motif Perjudian Terhadap Perilaku Perjudian Online pada Mahasiswa Surabaya" PhD diss., Universitas Islam Negeri Sunan AmpeL, 2024.
- Remaja Desa Trimulyo, wawancara oleh Asti Liani, 17 Februari 2025, Desa Trimulyo.
- Restu, Wulan Fuji, Asep Muhamad Ramdan, Erry Sunarya, dan Rani Santika. 2020. "Analisis Iklan Ruang Guru dan Brand Ambassador dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pengguna Ruang Guru." *Syntax* 2 (9): 691.
- Santoso, Erica Delia, dan Novia Larasati. 2019. "Benarkah Iklan Online Efektif untuk Digunakan dalam Promosi Perusahaan?" *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia* 13 (1): 28-36.

- Saputri, Devi, Syarwani Ahmad, and Neta Dian Lestari. "Hubungan Motivasi Belajar Siswa dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi SMK Negeri 1 Palembang." *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (e-Journal)* 7, no. 2 (2019).
- Sari, Anisa Kurnia. 2013. "Pengaruh Citra Merek dan Keluarga terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat." *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 1 (1).
- Sari, Mila Diana. 2023. *Perilaku Konsumen*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Satriyono, Dedy, dan Dany Miftahul Ula. 2023. "Dampak Judi Online di Kalangan Masyarakat Kabupaten Katingan Daerah Tumbang Samba." *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 2 (6): 97–102.
- Simamora, Bilson. 2022. "Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya." *Jurnal Manajemen* 12 (1): 84–93.
- Sinulingga, Nora Anisa Br, Hengki Tamando Sihotang, dan M. Kom. 2023. *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Iocs Publisher.
- Situmeang, Tondi Amos, Revi Ariska, dan Tengku Mabar Ali. 2023. "Tinjauan Hukum tentang Pengaruh Judi Online terhadap Perceraian." *Innovative: Journal of Social Science Research* 3 (4): 3808–3817.
- Sugiono, P. D. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Yogyakarta: Auareta.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbi. Alfabeta, Bandung. 2018.
- Sujamawardi, Lalu Heru. 2018. "Analisis Yuridis Pasal 27 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik." *Dialogia Iuridica* 9 (2).
- The Business Research Company. 2024. "Online Gambling Global Market Report 2024." *The Business Research Company*. Diakses 19 Desember 2024. <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/online-gambling-global-market-report>.
- Triwijayati, Anna, dan Deviga Bayu Pradipta. 2018. "Kelas Sosial vs. Pendapatan: Eksplorasi Faktor Penentu Pembelian Consumer Goods dan Jasa." *Jurnal Ekonomi* 23 (2): 155–172.
- Unaradjan, Dominikus Dolet. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.

- Waney, Gerald. 2016. "Kajian Hukum terhadap Tindak Pidana Perjudian (Penerapan Pasal 303, 303 Bis KUHP)." *Lex Crimen* 5 (3).
- Watie, Errika Dwi Setya. "Komunikasi dan media sosial (communications and social media)." *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2016): 69-74.
- Wicaksana, Robertus Fajar. 2018. "Analisis Semiotik Iklan Top Coffee Versi Iwan Fals pada Media Televisi." *TUTURRUPA* 1 (1): 1-14.
- Widhayani, Arrie. 2020. *Mahir Menulis Kreatif Teks Iklan, Slogan dan Poster*. Yayasan Hidayatul Muhtadi'in.
- Widodo, Agustinus Sugeng, dan Niken Titi Pratitis. 2013. "Harga Diri dan Interaksi Sosial Ditinjau dari Status Sosial Ekonomi Orang Tua." *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia* 2 (2): 131-138.
- Yusup, Febrinawati. 2018. "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif." *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 7 (1).

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id), e-mail: [iaim@metrouniv.ac.id](mailto:iaim@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-2748/In.28.3/D.1/TL.00/12/2024  
Lampiran : -  
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Metro, 6 Desember 2024

Kepada Yth,  
Putri Swastika, M.IF.,Ph. D (Dosen Pembimbing Skripsi)  
Di-  
Tempat

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : ASTI LIANI  
NPM : 2103011014  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah (ESy)  
Judul : Pengaruh Iklan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Judi Online di Kalangan Remaja Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran

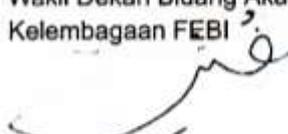
Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
  - a. Pendahuluan  $\pm$  1/6 bagian
  - b. Isi  $\pm$  2/3 bagian
  - c. Penutup  $\pm$  1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan FEBI

  
Putri Swastika

## **OUTLINE**

### **PENGARUH IKLAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT JUDI ONLINE DI KALANGAN REMAJA DESA TRIMULYO KECAMATAN PADANG CERMIN KABUPATEN PESAWARAN**

**HALAMAN SAMPUL**  
**HALAMAN JUDUL**  
**NOTA DINAS**  
**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**HALAMAN PENGESAHAN**  
**ABSTRAK**  
**HALAMAN ORISINILISASI PENELITIAN**  
**HALAMAN MOTTO**  
**HALAMAN PERSEMBAHAN**  
**KATA PENGANTAR**  
**DAFTAR ISI**  
**DAFTAR TABEL**  
**DAFTAR GAMBAR**  
**DAFTAR LAMPIRAN**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Rumusan Masalah
- E. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- F. Penelitian Relevan

#### **BAB II KAJIAN TEORI**

- A. Minat Judi Online
  1. Pengertian Minat Judi Online
  2. Dimensi Minat Judi Online
  3. Indikator Minat Judi Online
- B. Iklan
  1. Pengertian Iklan
  2. Peran dari Iklan dalam Mempengaruhi Minat Individu
  3. Jenis-jenis Iklan
  4. Dimensi Iklan
  5. Indikator Iklan
- C. Lingkungan Sosial
  1. Pengertian Lingkungan Sosial
  2. Faktor-faktor Lingkungan Sosial
  3. Dimensi Lingkungan Sosial
  4. Indikator Lingkungan Sosial
- D. Kerangka Berfikir
- E. Hipotesis

### **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Rancangan Penelitian
- B. Definisi Operasional Variabel
- C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel
- D. Teknik Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran
- E. Pengujian Instrumen
- F. Teknik Analisis Data

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Deskripsi Lokasi Penelitian
  1. Gambaran Umum Desa Trimulyo
  2. Gambaran Umum Penduduk Desa Trimulyo
- B. Hasil Analisis Data
  1. Uji Instrumen
    - a) Uji Validitas
    - b) Uji Reliabilitas
  2. Uji Asumsi Klasik
    - a) Uji Normalitas
    - b) Uji Multikolinieritas
    - c) Uji Heteroskedastisitas
  3. Analisis Regresi Berganda
  4. Uji Hipotesis
    - a) Uji Parsial (t)
    - b) Uji f (*Silmutan*)
    - c) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )
- C. Pengaruh Iklan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Judi Online Di Kalangan Remaja Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran

### **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

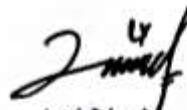
### **DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Dosen Pembimbing



Putri Swastika, M.IF., Ph.D  
NIP. 198610302018012001

Metro, 26 Mei 2025  
Mahasiswa



Asti Liani  
NPM. 2103011014

## ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

### PENGARUH IKLAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT JUDI ONLINE DI KALANGAN REMAJA DESA TRIMULYO KECAMATAN PADANG CERMIN KABUPATEN PESAWARAN

#### A. Identitas Responden

Nama :  
Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan  
Pendidikan Terakhir :  SD  SMP  SMA  
Umur :  12- 15 Tahun  16-18 Tahun

#### B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pada setiap item kuesioner, berilah penilaian seberapa jauh Bapak/Ibu/Sdr/I setuju dengan pernyataan yang tersedia. Isilah jawaban atas pernyataan pada kuesioner ini dan jangan ada yang terlewatkan. Berilah tanda check list (√) pada salah satu jawaban dengan pemahaman Bapak/Ibu/Sdr/I dengan keterangan sebagai berikut:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

No	Keterangan	Skala
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

#### 1. Iklan (X1)

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya mudah menemukan informasi tentang judi online melalui					

	iklan di media sosial.					
2	Saya merasa iklan tentang judi online terlihat menarik dan kreatif.					
3	Saya merasa iklan judi online menunjukkan keuntungan yang ditampilkan di media sosial mudah dipahami.					
4	Saya merasa pesan dalam iklan di media sosial dapat dipercaya.					

## 2. Lingkungan Sosial (X2)

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Teman-teman saya mendorong saya untuk mencoba hal-hal baru, termasuk bermain judi online.					
2	Lingkungan tetangga saya memberikan contoh negatif dalam bermain judi online.					
3	Masyarakat di sekitar saya mendukung kegiatan bermain judi online.					

## 3. Minat Judi Online (Y)

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Dalam keuntungan situs judi online menarik perhatian saya untuk bermain judi online.					
2	Saya merasa penasaran untuk mengetahui lebih jauh tentang situs judi online.					
3	Saya pernah merasa ingin mencoba bermain judi online setelah melihat promosinya.					
4	Saya pernah mengunjungi situs atau mengunduh aplikasi judi online.					
5	Saya merasa puas untuk mengulangi pengalaman bermain judi online.					

## C. Dokumentasi

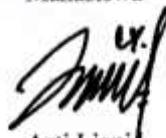
1. Dokumentasi langsung berupa foto.

Dosen Pembimbing



Putri Swastika, M.IF., Ph.D  
NIP. 198610302018012001

Metro, 23 Mei 2025  
Mahasiswa



Asti Liani  
NPM. 2103011014



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0952/In.28/D.1/TL.00/05/2025  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Kepala Desa Trimulyo Kec. Padang  
Cermin  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0953/In.28/D.1/TL.01/05/2025,  
tanggal 28 Mei 2025 atas nama saudara:

Nama : **ASTI LIANI**  
NPM : 2103011014  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Kepala Desa Trimulyo Kec. Padang Cermin bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Trimulyo Kec. Padang Cermin, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH IKLAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT JUDI ONLINE DI KALANGAN REMAJA DESA TRIMULYO KECAMATAN PADANG CERMIN KABUPATEN PESAWARAN".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 28 Mei 2025  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Zumaroh S.E.I, M.E.Sy**  
NIP 19790422 200604 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: B-0953/In.28/D.1/TL.01/05/2025

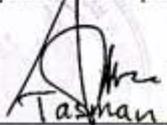
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **ASTI LIANI**  
NPM : 2103011014  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Trimulyo Kec. Padang Cermin, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH IKLAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT JUDI ONLINE DI KALANGAN REMAJA DESA TRIMULYO KECAMATAN PADANG CERMIN KABUPATEN PESAWARAN".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
Tasman

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 28 Mei 2025

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Zumaroh S.E.I, M.E.Sy**  
NIP 19790422 200604 2 002



**PEMERINTAH KABUPATEN PESAWARAN  
KECAMATAN PADANG CERMIN  
DESA TRIMULYO**

Alamat : Jl. Trimulyo no 054– Desa Trimulyo Kec. Padang Cermin Kab. Pesawaran KP. 35451

Trimulyo, 12 Juni 2025

Nomor : 100/187/VII.05.11/VI/TR/2025  
Lampiran : -  
Perihal : Balasan Izin Research

Kepada Yth.  
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan  
Institut Agama Islam Negeri Metro  
di-

Tempat

Dengan Hormat,

Berdasarkan Surat Nomor: B-0952/In.28/D.1/TL.00/05/2025 Tanggal 28 Mei 2025 Perihal Izin Research/Survey di Desa Trimulyo dalam rangka menyelesaikan tugas Akhir/Skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Judi Online di Kalangan Remaja Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran” maka dengan ini kami sampaikan, bahwa kami memberi izin untuk melakukan research/survey kepada mahasiswa bernama AS'II LIANI.

Demikianlah Surat Jawaban atas permohonan Izin research oleh mahasiswa Intitut Agama Islam Negeri Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Trimulyo, 12 Juni 2025  
Kepala Desa Trimulyo

  
**TASMAN, S.E.**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0226/In.28/J/TL.01/02/2025  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,  
Kepala Desa Trimulyo Kec. Padang  
Cermin Kab. Pesawaran  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Bapak/Ibu Kepala Desa Trimulyo Kec. Padang Cermin Kab. Pesawaran berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **ASTI LIANI**  
NPM : 2103011014  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syari`ah  
Judul : **PENGARUH IKLAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL  
TERHADAP MINAT JUDI ONLINE DI KALANGAN  
REMAJA DESA TRIMULYO KECAMATAN PADANG  
CERMIN KABUPATEN PESAWARAN**

untuk melakukan prasurvey di Desa Trimulyo Kec. Padang Cermin Kab. Pesawaran, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu Kepala Desa Trimulyo Kec. Padang Cermin Kab. Pesawaran untuk terselenggaranya prasurvey tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 24 Februari 2025  
Ketua Jurusan,



**Yudhistira Ardana**  
NIP 198906022020121011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

**NPP: 1807062F0000001**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; perpustakaan@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-495/In.28/S/U.1/OT.01/06/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : ASTI LIANI  
NPM : 2103011014  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2103011014.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 16 Juni 2025  
Kepala Perpustakaan,

Aan Gufroni, S.I.Pust.  
NIK 19970428 201903 1 009





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Asti Liani  
NPM : 2103011014  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Iklan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Judi Online Di Kalangan Remaja Desa Trimulyo Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 23%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 18 Juni 2025  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



**Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.**  
NIP. 199103112020121005

















## Uji Validitas

### Correlations

		X1.P1	X1.P2	X1.P3	X1.P4	Iklan
X1.P1	Pearson Correlation	1	.884**	.793**	.604**	.874**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.P2	Pearson Correlation	.884**	1	.886**	.818**	.967**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.P3	Pearson Correlation	.793**	.886**	1	.830**	.954**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.P4	Pearson Correlation	.604**	.818**	.830**	1	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Iklan	Pearson Correlation	.874**	.967**	.954**	.895**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

### Correlations

		X2.P1	X2.P2	X2.P3	Lingkungan Sosial
X2.P1	Pearson Correlation	1	.728**	.476**	.869**
	Sig. (2-tailed)		.000	.008	.000
	N	30	30	30	30
X2.P2	Pearson Correlation	.728**	1	.509**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000
	N	30	30	30	30
X2.P3	Pearson Correlation	.476**	.509**	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.008	.004		.000
	N	30	30	30	30
Lingkungan Sosial	Pearson Correlation	.869**	.875**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

### Correlations

		Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	Y.P5	Minat Judi Online
Y.P1	Pearson Correlation	1	.963**	.803**	.689**	.435*	.876**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.P2	Pearson Correlation	.963**	1	.834**	.716**	.485**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.P3	Pearson Correlation	.803**	.834**	1	.846**	.611**	.933**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.P4	Pearson Correlation	.689**	.716**	.846**	1	.718**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.P5	Pearson Correlation	.435*	.485**	.611**	.718**	1	.756**
	Sig. (2-tailed)	.016	.007	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Minat Judi Online	Pearson Correlation	.876**	.902**	.933**	.913**	.756**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

### Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	4

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	3

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

.922	5
------	---

### Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		153	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.08343550	
Most Extreme Differences	Absolute	.073	
	Positive	.072	
	Negative	-.073	
Test Statistic		.073	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.045 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.370 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.358
		Upper Bound	.383

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

### Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Lingkungan Sosial	.794	1.259
	Iklan	.794	1.259

a. Dependent Variable: Minat Judi Online

### Analisis Regresi Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.814	.946		1.917	.057
	Lingkungan Sosial	1.075	.093	.669	11.607	.000

Iklan	.244	.072	.195	3.387	.001
-------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Minat Judi Online

### Uji T

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.814	.946		1.917	.057
	Lingkungan Sosial	1.075	.093	.669	11.607	.000
	Iklan	.244	.072	.195	3.387	.001

a. Dependent Variable: Minat Judi Online

### Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2206.862	2	1103.431	114.531	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1445.151	150	9.634		
	Total	3652.013	152			

a. Dependent Variable: Minat Judi Online

b. Predictors: (Constant), Iklan, Lingkungan Sosial

### Uji R Square

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 <sup>a</sup>	.604	.599	3.104

a. Predictors: (Constant), Iklan, Lingkungan Sosial

b. Dependent Variable: Minat Judi Online

**Tabel Responden Hasil Kuesioner**

Resp	X1.P1	X1.P2	X1.P3	X1.P4	T.X1	X2.P1	X2.P2	X2.P3	T.X2	Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	Y.P5	T.Y
1	3	4	5	5	17	5	5	3	13	4	4	4	4	3	19
2	3	3	3	4	13	3	4	3	10	3	3	1	1	1	9
3	3	4	4	4	15	3	3	3	9	2	3	3	3	3	14
4	4	4	4	4	16	4	4	1	9	4	4	4	4	3	19
5	4	3	4	2	13	1	4	2	7	2	2	2	3	3	12
6	1	1	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
7	4	4	5	5	18	4	5	5	14	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	4	3	1	1	13
9	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	4	3	19
10	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	1	17
11	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
12	4	4	4	4	16	4	3	3	10	4	3	3	3	2	15
13	4	4	4	4	16	4	3	3	10	4	4	4	4	3	19
14	4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	4	3	3	2	16
15	4	4	4	4	16	3	4	3	10	4	4	4	4	2	18
16	4	4	4	4	16	4	4	1	9	3	3	3	3	1	13
17	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
18	4	4	4	4	16	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
19	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	16	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
22	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	3	15	3	3	4	10	5	5	5	5	5	25

24	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
25	3	3	3	3	12	3	4	3	10	3	3	3	3	3	15
26	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
27	3	3	2	2	10	2	3	4	9	4	4	2	4	3	17
28	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	2	18
29	4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	4	3	2	2	15
30	4	4	4	3	15	2	2	2	6	2	2	2	2	2	10
31	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
32	4	4	3	4	15	2	2	2	6	3	3	2	2	2	12
33	4	4	3	2	13	2	4	4	10	4	4	3	4	3	18
34	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	5	4	4	4	20
35	3	3	4	4	14	3	2	3	8	4	2	3	4	4	17
36	4	3	4	4	15	3	3	3	9	4	4	3	3	5	19
37	4	3	3	2	12	2	4	3	9	4	4	4	3	2	17
38	4	3	4	3	14	3	3	3	9	4	3	3	4	3	17
39	3	3	3	4	13	4	3	4	11	2	4	3	3	4	16
40	4	4	4	4	16	3	3	3	9	3	3	3	3	2	14
41	4	4	4	4	16	4	4	2	10	3	3	4	3	2	15
42	4	4	4	4	16	3	3	3	9	3	2	2	3	1	11
43	4	3	3	4	14	4	3	3	10	4	4	4	4	3	19
44	2	3	3	3	11	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
45	4	3	4	4	15	3	1	1	5	3	3	3	3	3	15
46	3	3	3	3	12	3	3	3	9	4	3	2	3	3	15
47	4	5	4	3	16	3	1	1	5	1	2	3	3	3	12
48	1	1	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5

49	3	3	3	3	12	3	2	3	8	3	3	2	3	3	14
50	4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	4	3	3	3	17
51	5	4	4	4	17	4	3	1	8	3	3	3	4	3	16
52	3	3	3	4	13	3	4	3	10	3	4	4	4	1	16
53	4	5	4	3	16	4	2	2	8	3	2	3	3	3	14
54	3	3	3	4	13	3	3	4	10	3	3	2	1	2	11
55	5	5	4	4	18	3	1	1	5	2	3	3	2	2	12
56	4	3	3	4	14	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20
57	4	4	5	4	17	4	4	4	12	4	4	3	3	3	17
58	5	5	4	4	18	1	2	1	4	2	3	2	1	3	11
59	3	3	3	3	12	4	3	3	10	3	2	4	4	4	17
60	5	4	4	4	17	3	1	1	5	2	3	3	3	3	14
61	3	3	4	3	13	3	4	3	10	3	3	4	4	3	17
62	4	5	5	4	18	2	3	3	8	3	3	3	3	3	15
63	3	4	4	3	14	4	3	3	10	4	4	3	3	4	18
64	4	4	3	3	14	4	4	3	11	3	3	3		3	12
65	5	5	4	5	19	1	1	2	4	3	3	2	2	2	12
66	4	3	3	3	13	3	4	4	11	2	3	3	2	1	11
67	3	3	3	3	12	4	3	3	10	4	4	4	5	3	20
68	5	5	5	5	20	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
69	4	5	4	3	16	4	4	3	11	5	5	5	5	5	25
70	5	5	5	5	20	1	1	2	4	1	3	2	3		9
71	4	3	4	4	15	4	3	2	9	3	4	4	4	2	17
72	4	2	4	3	13	4	3	5	12	3	2	1	1	1	8
73	3	3	4	4	14	4	4	4	12	2	3	3	1	1	10

74	1	1	1	1	4	1	2	1	4	1	1	1	1	1	5
75	1	1	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
76	4	5	4	4	17	4	1	3	8	5	4	3	4	4	20
77	2	2	2	2	8	2	2	2	6	2	2	2	2	2	10
78	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	4	1	20
79	5	5	4	4	18	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
80	4	2	3	3	12	4	3	1	8	3	3	3	3	3	15
81	4	4	4	4	16	2	3	3	8	2	3	3	3	3	14
82	3	4	2	1	10	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
83	5	4	3	3	15	2	3	3	8	4	5	5	4	3	21
84	4	4	4	4	16	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
85	2	2	2	2	8	2	2	2	6	2	2	2	2	2	10
86	5	5	5	5	20	1	1	3	5	3	3	3	3	2	14
87	4	4	2	2	12	2	2	3	7	3	4	3	3	1	14
88	4	5	4	4	17	2	1	1	4	1	1	1	1	1	5
89	4	3	3	4	14	3	5	5	13	5	4	4	4	4	21
90	4	4	2	3	13	2	2	2	6	2	2	3	2	4	13
91	5	5	4	4	18	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
92	5	5	5	5	20	5	4	4	13	5	3	4	4	3	19
93	4	4	4	5	17	3	3	3	9	3	3	2	2	2	12
94	5	4	3	4	16	3	4	4	11	3	4	3	2	2	14
95	4	4	4	4	16	1	1	1	3	1	1	1	2	2	7
96	5	5	4	2	16	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
97	4	3	3	3	13	2	3	2	7	4	3	2	2	2	13
98	4	4	4	4	16	2	2	2	6	3	3	3	3	3	15

99	4	2	3	4	13	3	3	1	7	2	2	2	1	1	8
100	4	4	2	4	14	4	3	3	10	2	2	3	2	1	10
101	4	4	4	4	16	2	1	1	4	1	1	1	1	1	5
102	3	2	2	1	8	1	1	1	3	1	2	3	4	1	11
103	1	1	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
104	4	1	1	1	7	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
105	1	1	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
106	1	1	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
107	1	1	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
108	3	3	2	1	9	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
109	3	2	3	2	10	2	1	1	4	3	2	2	2	1	10
110	2	2	2	2	8	2	2	2	6	2	2	2	2	2	10
111	4	4	4	4	16	2	3	2	7	2	3	3	3	3	14
112	4	4	4	4	16	2	1	1	4	3	3	3	3	3	15
113	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	3	19
114	2	1	1	1	5	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
115	3	3	2	2	10	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
116	2	4	4	4	14	3	2	1	6	4	4	4	4	1	17
117	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
118	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	1	21
119	1	1	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
120	1	1	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
121	4	4	4	4	16	1	1	3	5	1	4	4	4	1	14
122	1	1	1	1	4	1	1	1	3	1	3	3	3	3	13
123	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	1	1	1	9

124	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	4	16
125	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
126	3	1	3	3	10	3	3	3	9	4	3	4	3	3	17
127	1	1	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	1	5
128	5	4	4	4	17	2	1	3	6	3	4	4	3	4	18
129	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
130	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	1	17
131	4	4	3	3	14	4	3	4	11	2	2	2	1	1	8
132	4	4	4	4	16	4	2	1	7	4	3	4	3	1	15
133	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
134	4	4	4	4	16	2	3	2	7	4	4	4	4	1	17
135	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
136	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
137	4	4	4	3	15	2	2	2	6	2	2	2	2	2	10
138	4	4	4	3	15	3	2	3	8	3	3	3	3	3	15
139	3	2	2	2	9	2	2	2	6	2	2	2	2	2	10
140	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
141	4	4	4	4	16	4	4	3	11	3	4	3	4	2	16
142	4	4	4	4	16	3	4	3	10	4	4	4	4	2	18
143	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
144	3	3	3	2	11	2	2	3	7	2	2	2	2	2	10
145	4	4	4	3	15	3	3	4	10	4	3	3	4	2	16
146	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
147	4	4	3	2	13	2	2	3	7	4	4	3	4	4	19
148	4	3	2	2	11	3	3	3	9	4	4	3	4	3	18

149	2	2	2	2	8	2	2	2	6	2	2	2	2	2	10
150	3	4	3	3	13	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
151	3	3	2	3	11	3	3	3	9	3	2	2	3	3	13
152	3	3	3	2	11	3	3	3	9	3		3	3	3	12
153	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	4	4	4	18

## F-tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

## R-Tabel

### DISTRIBUSI NILAI $r_{\text{tabel}}$ SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	<b>0.361</b>	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

## T-tABEL

**Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)**

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

---

## Dokumentasi Penelitian



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Asti Liani, lahir di Kota Agung Kabupaten Tanggamus pada tanggal 18 Agustus 2001. Peneliti merupakan anak pertama dari dua bersaudara, putri dari pasangan Ayahanda Khoironi dan Ibunda Hamibah. Peneliti memulai pendidikan Sekolah Dasar di SDN 05 Jakarta Barat melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMPN 01 Kelumbayan Barat lalu kembali melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Atas di SMKN 01 Padang Cermin dan pada tahun 2021 peneliti tercatat sebagai mahasiswa Jurusan S1 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung. Harapan peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir kuliah dengan benar dan tepat.