

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* BLACKPINK
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN OREO BLACKPINK**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



Oleh:

**Nadya Safira
NPM. 17043010177**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2024**

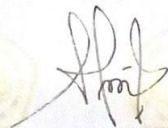
**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER BLACKPINK
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN OREO BLACKPINK**

Oleh:

Nadya Safira
NPM. 17043010177

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi
Menyetujui,

PEMBIMBING



Dr. Syafridan.F., S.Sos,M.Med.Kom
NIPPPK. 1983022320212120008

Mengetahui,
DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP.196804182021211006

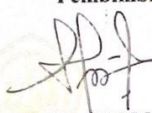
**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER BLACKPINK
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN OREO BLACKPINK**

Disusun Oleh:

Nadya Safira
NPM. 17043010177

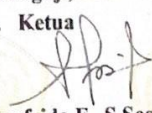
Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur pada tanggal 26 Juni 2024

Pembimbing

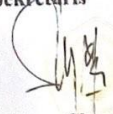

Dr. Syafrida.F., S.Sos.M.Med.Kom
NIPPPK. 1983022320212120008

Tim Penguji,

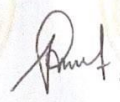
1. Ketua


Dr. Syafrida.F., S.Sos.M.Med.Kom
NIPPPK. 1983022320212120008

2. Sekretaris


Dra. Dyva Claretta, M.Si
NIPPPK. 196601072021212001

3. Anggota


Ririn Puspita T., S.I.Kom., M.Med.Kom
NIPPPK. 198904112021212001

Mengetahui,
DEKAN FISIP


Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804782021210006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nadya Safira

NPM : 17043010177

Program studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Judul : **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* BLACKPINK
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN OREO BLACKPINK**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar – benar berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri dan bukan merupakan tiruan, salinan atau publikasi dari skripsi atau karya ilmiah pihak luar, kecuali kutipan kutipan dari ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 2 juli 2024



Nadya Safira

NPM.17043010177

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul: **“PENGARUH ENDORSER BLACKPINK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OREO BLACKPINK”**, yang merupakan syarat penyelesaian tugas akhir studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. karena itu penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun pihak lain. Penulisan skripsi ini tidak akan pernah selesai jika tanpa dukungan moril maupun materiil berupa motivasi dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT
2. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Syafrida Nurrachmi Febriyanti, M.Med.Kom, selaku Koordinator Program Studi Jurusan Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur dan sekaligus dosen pembimbing yang selalu sabar dan memberi saran kepada penulis.
4. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.

5. Kedua orang tua tercinta Mama dan Almarhum Papa yang sudah di surga, yang selalu ada setiap saat dari kecil hingga dewasa, memberikan kasih sayang dan dukungan doa selalu dalam menyusun skripsi.
6. Cut Retno Arigayo dan Karina Putri selaku sahabat penulis yang selalu memberikan semangat dan saran.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2017, khususnya grup chat whatsapp ‘kita usahakan gelar itu’ yang selalu memberikan informasi, membantu penulis dan memberi semangat selama masa penelitian.
8. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan, semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya, dan semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah turut membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap atas saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca.

Surabaya, Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.2.2 Celebrity Endorser	16
2.2.3 Media Sosial	20
2.3 Hubungan antara <i>celebrity endorse</i> dengan keputusan pembelian	21
2.4 Kerangka Berpikir	23
2.5 Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	24

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	25
3.3.1 Uji validitas Instrumen	25
3.3.2 Uji reliabilitas instrumen	26
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	27
3.4.1 Populasi dan Sampel	27
3.4.2 Teknik Penarikan Sampel.....	28
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5 Analisa Data	29
3.5.1 Analisis Deskriptif	30
3.5.2 Uji prasyarat analisis	30
3.5.3 Uji regresi linier	31
3.5.4 Uji hipotesis.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Deskripsi data.....	34
4.1.1 Deskripsi data responden	34
4.1.2 Deskripsi data variabel.....	35
4.1.3 Deskripsi kategorisasi variabel	35
4.2 Uji prasyarat analisis	36
4.2.1 Uji normalitas	36
4.2.2 Uji linearitas	37
4.3 Uji regresi.....	37
4.4 Uji hipotesis	38
4.4.1 Koefisien determinasi	39
4.5 Pembahasan.....	359
BAB V PENUTUP	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	45

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-Kisi kuesioner.....	26
Tabel 3.2 Hasil uji reliabilitas	27
Tabel 3.3 Kisi-kisi kuesioner Celebrity Endorser	29
Tabel 3.4 Kisi-kisi kuesioner Keputusan pembelian	29
Tabel 3.5 Norma kategorisasi data	30
Tabel 4.1 Jenis kelamin responden	34
Tabel 4.2 Usia responden	34
Tabel 4.3 Deskripsi variabel.....	35
Tabel 4.4 Kategorisasi data	35
Tabel 4.5 kategori variabel celebrity endorser	36
Tabel 4.6 kategori variabel keputusan pembelian	36
Tabel 4.7 Uji normalitas.....	37
Tabel 4.8 Uji linearitas.....	37
Tabel 4.9 Uji F.....	38
Tabel 4.10 Uji koefisien determinasi	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berpikir	23
Gambar 3.1 Model Penelitian.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	49
Lampiran 2. Tabulasi data hasil penelitian.....	51
Lampiran 3. Hasil uji validitas dan reliabilitas.....	55
Lampiran 4. Hasil uji deskripsi data	58
Lampiran 5. Hasil uji asumsi klasik.....	61
Lampiran 6. Hasil uji hipotesis.....	62

ABSTRAK

NADYA SAFIRA, 17043010177. PENGARUH CELEBRITY ENDORSER BLACKPINK DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OREO BLACKPINK

Perkembangan teknologi yang pesat turut memberi perubahan pada dunia bisnis yang semakin berinovasi dalam strategi pengiklanan untuk mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian, kini media iklan menggunakan media digital melalui televisi dan sosial media dibantu oleh celebrity endorser untuk membantu mempengaruhi konsumen untuk meningkatkan keputusan dalam pembelian produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Endorser Blackpink Di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Oreo Blackpink. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner *celebrity endorser* dan keputusan pembelian menggunakan google form. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Oreo Blackpink. Ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh. Besar pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian sebesar 18,9%.

Kata kunci : *Celebrity endorser*, keputusan pembelian, Oreo blackpink

ABSTRACT

NADYA SAFIRA, 17043010177. THE INFLUENCE OF BLACKPINK CELEBRITY ENDORSERS ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON BLACKPINK OREO PURCHASE DECISIONS

The rapid development of technology has also brought changes to the business world which is increasingly innovating in advertising strategies to influence consumers in purchasing decisions, now advertising media uses digital media through television and social media assisted by celebrity endorsers to help influence consumers to increase decisions in purchasing products. This research aims to determine the influence of Blackpink endorsers on Instagram social media on purchasing decisions for Blackpink Oreos. This research uses quantitative methods, data collection in this research uses a celebrity endorser questionnaire and purchasing decisions use Google Form. The results of this research show that there is an influence between Celebrity Endorsers on Instagram Social Media on Blackpink Oreo Purchase Decisions. It is shown by a significance value of $0.001 < 0.05$, which means there is an influence. The influence of celebrity endorsers on purchasing decisions is 18.9%.

Keywords: *Celebrity endorser, purchasing decision, Oreo blackpink*