

**PENGARUH TERPAAN IKLAN SELEBGRAM *ENDORSER*
TERHADAP MINAT BELI *FOLLOWERS* PRODUK *HEALTHY FOOD*
“YELLOW FIT KITCHEN” DI MASA PANDEMI COVID-19**

(Studi Kuantitatif pada *Followers* @ClarissaPutri_)

SKRIPSI



OLEH

DANY ABDAN SAKURO

18043010157

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA
TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

SURABAYA

2022


**PENGARUH TERPAAN IKLAN SELEBGRAM ENDORSER TERHADAP
MINAT BELI FOLLOWERS PRODUK *HEALTHY FOOD* "YELLOW FIT
KITCHEN" DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Kuantitatif Pada *Followers @ClarissaPutri_*)**

Disusun oleh:

Dany Abdan Sakuro
NPM. 18043010157

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi
Menyetujui,

PEMBIMBING


Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NIP. 197006122021211002

Mengetahui,



DR. DRS. EG. GENDU SUKARNO, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001


**PENGARUH TERPAAN IKLAN SELEBGRAM ENDORSER TERHADAP
MINAT BELI FOLLOWERS PRODUK HEALTHY FOOD "YELLOW FIT
KITCHEN" DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Kuantitatif Pada Followers @ClarissaPutri_)**

Oleh:

Dany Abdan Sakuro
NPM. 18043010157


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 17 September 2022

Pembimbing


Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si.
NIP. 197006122021211002

Tim Penguji,


1. Ketua



Dra. Dyva Claretta, M.Si
NIP. 1966010720212120001

2. Sekretaris


Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NIP. 197006122021211002

3. Anggota


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006


Dr. Drs. E. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dany Abdan Sakuro
NIM : 18043010157
Fakultas /Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi/Tugas Akhir/
Tesis/Desertasi : PENGARUH TERPAAN IKLAN SELEBGRAM
ENDORSER TERHADAP MINAT BELI *FOLLOWERS*
PRODUK *HEALTHY FOOD* "YELLOW FIT KITCHEN" DI
MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Kuantitatif Pada *followers @ClarissaPutri*)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun diinstitusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 27 September 2022

Yang Menyatakan


(Dany Abdan - S.)

KATA PENGANTAR

Assalamua'alaikum Warahmatulahi Wabarakatuh.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini secara baik serta tepat waktu. Tidak lupa sholawat serta salam di haturkan kepada junjungan terbaik baginda Rosul Muhammad Shallahu' Alaihi Wasalam selaku tauladan terbaik hingga akhir zaman.

Penulisan skripsi ini peneliti mengambil judul “ Pengaruh Terpaan Iklan *Selebgram Endorser* (Clarissa Putri) Terhadap Minat Beli Produk *Healthy Food Yellowfit Kitchen* Di Masa Pandemi Covid-19”.

Mengingat keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan penulisan, skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan belum sempurna, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi semua pihak yang berkenan memanfaatkannya.

Pada proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada Bapak Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta memberikan bimbingan dan pengarahan sampai terselesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan kali ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu serta membimbing penulis dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, M.Si. CHRA sebagai Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Ibu Dr. Yuli Candrasari, M.Si sebagai Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu saya Sofia. Terimakasih atas segala cinta dan kasih sayang yang selalu tercurahkan serta do’a yang dipanjatkan untuk penulis.
4. Sahabat saya Maulana , Rizky, dan Aryfin yang memacu semangat saya untuk menyelesaikan laporan ini dengan segera.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak agar skripsi ini menjadi lebih baik lagi.

Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah pengetahuan dan sebagai referensi berkaitan dengan penelitian serupa. Apabila terdapat banyak kesalahan dalam skripsi ini, penulis memohon maaf yang sebesar – besarnya.

Wassalmu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Surabaya, 20 Mei 2022

Dany Abdan Sakuro

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Pustaka.....	15
2.2.1 Media Baru (New Media)	15
2.2.2 Media Sosial.....	16
2.2.3 Instagram.....	17
2.2.4 Instagram Sebagai Media Promosi	19
2.2.5 Periklanan.....	19
2.2.6 Tujuan Iklan	20
2.2.7 Fungsi Iklan.....	21
2.2.8 Terpaan Iklan	22
2.2.8.1 Indikator Terpaan Iklan.....	23
2.2.9 Pemasaran Online	24
2.2.10 Celebrity Endorser	25
2.2.11 Jenis-Jenis <i>Endorser</i>	26
2.2.12 Karakteristik Celebrity Endorser	27
2.2.13 Minat Beli	29
2.2.14 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	30

2.2.15	Indikator Minat Beli.....	31
2.2.16	Teori S-O-R.....	32
2.3	Kerangka Pemikiran	33
2.4	Hipotesis.....	35
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
3.1	Metode Penelitian.....	36
3.2	Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	36
3.2.1	Definisi Operasional	36
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	39
3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument	44
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	46
3.5	Analisa Data	49
3.5.1	Uji Regresi Linier Sederhana	49
3.5.2	Uji Hipotesis	50
3.6	Waktu Penelitian	51
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1.	Hasil	52
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2.	Penyajian Data dan Analisis Data	53
4.2.1	Deskripsi Identitas Responden.....	53
4.2.2	Hasil Tanggapan Responden.....	55
4.3.	Hasil Analisis Data.....	69
4.3.1	Hasil Uji Validitas Instrumen	69
4.3.2	Uji Reliabilitas Instrumen	70
4.3.3	Hasil Uji Koefisien Korelasi & Determinasi	71
4.3.4	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	74
4.4	Uji Hipotesis.....	76
4.4.1	Uji t	76
4.5	Pembahasan	77
BAB V	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA.....	83
---------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Skala Likert	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 3 Pengguna mengetahui produk makanan sehat (Yellow fit Kitchen)	55
Tabel 4. 4 Merupakan follower akun @Clarissaputri_ dalam Media Sosial Instagram	56
Tabel 4. 5 Frekuensi Melihat Iklan Yellowfit Kitchen di Instagram.....	57
Tabel 4. 6 Durasi Rata – Rata Melihat Tayangan Endorser @Clarissaputri_..	58
Tabel 4. 7 Intensitas dalam Melihat Tayangan Iklan Yellowfit Kitchen di Instagram @Clarissaputri_.....	59
Tabel 4. 8 Pernyataan Mengenai Update Produk Yellowfit Kitchen	61
Tabel 4. 9 Pernyataan Mengenai Keinginan untuk Membeli Produk Yellowfit	62
Tabel 4. 10 Pernyataan Mengenai Mereferensikan Produk Yellowfit.....	63
Tabel 4. 11 Pernyataan Mengenai Mereferensikan produk Yellowfit.....	64
Tabel 4. 12 Mengenai Pernyataan Produk Yellowfit Menjadi Tujuan Utama	65
Tabel 4. 13 Pernyataan Mengenai Produk Yellowfit Menjadi Produk Alternatif	66
Tabel 4. 14 Pernyataan Mengenai Ulasan & Review Produk Yellowfit	67
Tabel 4. 15 Pernyataan Mengenai Kebenaran Promosi Yellowfit.....	68
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	69
Tabel 4. 17 Hasil Uji Validitas Variabel Y	70
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X & Y	71
Tabel 4. 19 Model Summary	72
Tabel 4. 20 Koefisien Korelasi.....	73
Tabel 4. 21 Kriteria Koefisien Determinasi	74
Tabel 4. 22 Variables Entered/	75
Tabel 4. 23 Tabel Koefisiensi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Aktif Pengguna Media Sosial di Indonesi.....	2
Gambar 1. 2 Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Selama Pandemic Covid-19	5
Gambar 1. 3 Profil Akun Instagram Yellowfit Kitchen.....	7
Gambar 1. 4 Clarissa Putri Menjadi Brand Ambassador Yellowfit Kitchen...	8
Gambar 1. 5 Clarissa Putri saat Mempromosikan Produk Yellowfit Khitchen	9

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan selebgram endorser (Clarissa Putri) terhadap minat beli pengguna instagram terhadap produk *healthy food yellowfit kitchen* dimasa pandemi covid-19. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan sampel dengan menggunakan simple random sampling. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif yang meliputi uji validitas, reliabilitas, Uji Hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier sederhana untuk melihat pengaruh variabel X dan Y.

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis yang diperoleh dari spss 26 pada tabel coefficients nilai hitung (5,695) > t tabel (1,984) yang berarti angka tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan iklan selebgram endorser @Clarisaputri_ terhadap minat beli *followers* pada produk *healthy food yellowfit kitchen*, karena H₀ ditolak dan H_a diterima. Pengaruh yang dihasilkan dalam penelitian ini yaitu bersifat positif dan juga signifikan.