



Judul Skripsi :

**PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER* BTS
DALAM IKLAN TOKOPEDIA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN (SURVEI PADA *FOLLOWERS* AKUN
INSTAGRAM TOKOPEDIA)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Ismi Nurhayati

NIM : 1610411083



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2021

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena nikmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* BTS dalam Iklan Tokopedia Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada *Followers* Akun Instagram Tokopedia)”** dengan baik sampai akhir. Dalam menyusun penelitian ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak-pihak yang membantu sehingga penulis dapat melewati hambatan dan tantangan hingga skripsi ini selesai. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. R. Dudy Heryadi, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Maria Febriana Christianti, M.Si. sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP “Veteran” Jakarta.
3. Windhi Tia Saputra, M.Si. sebagai Dosen Pembimbing Skripsi I karena telah membantu dan memberikan arahan hingga skripsi ini selesai.
4. Ratu Nadya S.Ikom, M.M sebagai Dosen Pembimbing Skripsi II karena telah membantu dan memberikan arahan hingga skripsi ini selesai.
5. Orang tua dan keluarga penulis yang merupakan bagian terpenting karena telah memberikan dukungan dan doa agar penulis dapat mengerjakan skripsi dengan baik dan selesai tepat waktu.
6. Teman, sahabat dan kerabat yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penyusunan dan penelitian skripsi ini disusun sebaik-baiknya. Terakhir, terima kasih atas kesempatannya, semoga dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Jakarta, 10 Januari 2021



Ismi Nurhayati

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, beserta semua sumber yang dikutip

Nama : Ismi Nurhayati

NIM : 1610411083

Program Studi : Ilmu Komunikasi - Periklanan

Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* BTS dalam
Iklan Tokopedia Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei
Pada *Followers* Akun Instagram Tokopedia)

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini,
maka peneliti bersedia diberikan sanksi.

Jakarta, 10 Januari 2021

Yang menyatakan,



Ismi Nurhayati

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Ismi Nurhayati
NIM : 1610411083
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : **PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY*
ENDORSER BTS DALAM IKLAN TOKOPEDIA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (SURVEI
PADA *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM
TOKOPEDIA)**

Bahwa penulisan skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing utama maupun Pembimbing pendamping skripsi dan Ketua program studi. Sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing I



(Windhi Tia Saputra, M.si.)

Pembimbing II



(Ratu Nadya W., S.Ikom., M.M.)

Ketua Program Studi



(Maria Febiana Christanti, S.sos., M.si.)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 15 Januari 2021

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan “Nasional” Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ismi Nurhayati
NIM : 161041083
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Hak bebas royalti non-eksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER* BTS DALAM IKLAN TOKOPEDIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (SURVEI PADA *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM TOKOPEDIA)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*). Merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 10 Januari 2021

Yang menyatakan,



Ismi Nurhayati

**PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER* BTS
DALAM IKLAN TOKOPEDIA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN
(SURVEI PADA *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM
TOKOPEDIA)**

Ismi Nurhayati

Abstrak

Tokopedia merupakan *marketplace* asal Indonesia yang didirikan sejak tahun 2009. Tokopedia merupakan tempat perantara antara penjual dan pembeli secara *online*. Dalam kegiatan mempromosikan dirinya sebagai *marketplace*, Tokopedia menggunakan *celebrity endorser* BTS dalam iklannya. Hal tersebut dikarenakan Tokopedia menilai bahwa perjalanan karir, visi dan pesan-pesan konsisten yang BTS sampaikan sama dengan visi Tokopedia dan percaya bahwa BTS dapat menjadi mitra yang tepat untuk menyampaikan pesan iklan Tokopedia. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kredibilitas *celebrity endorser* BTS terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *followers* akun Instagram Tokopedia yaitu sebanyak 1,6 juta orang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kredibilitas sumber. Kredibilitas *celebrity endorser* diukur berdasarkan kepercayaan, keahlian dan daya tarik. Sedangkan loyalitas pelanggan diukur berdasarkan pembelian ulang secara teratur, pembelian antarlini produk/jasa, merekomendasikan kepada orang lain dan kebal terhadap pesaing. Hasil uji korelasi variabel X (kredibilitas *celebrity endorser*) terhadap variabel Y (loyalitas pelanggan) menunjukkan korelasi sebesar 0,379. Hasil uji koefisiensi determinasi diketahui sebesar 14,3%. Hasil uji hipotesis (uji t) sebesar 4,0505 artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh antara kredibilitas *celebrity endorser* terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Kredibilitas, *Celebrity Endorser*, Loyalitas Pelanggan.

***THE INFLUENCE CREDIBILITY OF CELEBRITY ENDORSER
BTS IN TOKOPEDIA ADVERTISING TO CUSTOMER LOYALTY
(SURVEY ON TOKOPEDIA INSTAGRAM ACCOUNT
FOLLOWERS)***

Ismi Nurhayati

Abstract

Tokopedia is a marketplace from Indonesia that was founded in 2009. Tokopedia is an online intermediary between sellers and buyers. In promoting itself as a marketplace, Tokopedia uses celebrity endorsers BTS in their advertisements. This is because Tokopedia considers that the career path, vision, and consistent messages that BTS convey are the same as Tokopedia's vision and believed BTS is the right partner to deliver Tokopedia's advertising messages. The research used in this study is quantitative. This study aims to determine how the influence credibility of celebrity endorser BTS to Tokopedia customer loyalty. The population used in this study were the followers of the Instagram Tokopedia account, which were 1.6 million people. The theory used in this study is the source credibility theory. The credibility of celebrity endorsers is measured based on trustworthiness, expertise, and attractiveness. Meanwhile, customer loyalty is measured based on regular repeat purchases, inter-line purchases of products/services, recommending to others, and being invulnerable to competitors. The results of the correlation test for variable X (credibility of celebrity endorser) to variable Y (customer loyalty) show a correlation of 0.379. The coefficient of determination test results is known to be 14.3%. Hypothesis test results (t-test) of 4.0505 can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted. The conclusion is that there is an effect between credibility of celebrity endorser to customer loyalty.

Keywords : Credibility, Celebrity Endorser, Customer Loyalty.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
Abstrak	v
<i>Abstract</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Konsep-Konsep Penelitian	12
2.2.1 Periklanan	12
2.2.2 Kredibilitas	14
2.2.3 <i>Celebrity Endorser</i>	15
2.2.4 Loyalitas Pelanggan	16
2.3 Teori Kredibilitas Sumber	18
2.4 Kerangka Berpikir	20
2.4.1 Variabel Bebas	20
2.4.2 Variabel Terikat	21
2.4.3 Operasional Variabel	21

2.5 Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Metode Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.2.1 Populasi	24
3.2.2 Sampel	25
3.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.4 Metode Analisa Data	26
3.4.1 Uji Validitas	26
3.4.2 Uji Reliabilitas	28
3.4.3 Uji Korelasi	30
3.4.4 Koefisien Determinasi	31
3.4.5 Uji Hipotesis	31
3.4.6 Uji Regresi Sederhana	32
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	34
4.1.1 Profil Tokopedia	34
4.1.2 Profil BTS	35
4.2 Hasil Deskripsi Data	36
4.2.1 Gambaran Umum Responden	36
4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel	43
4.2.2.1 Variabel X (Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i>).....	42
4.2.2.2 Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	52
4.3 Hasil Uji Korelasi	69
4.4 Hasil Uji Koefisiensi Deteriminasi	70
4.5 Uji Regresi Sederhana	71
4.6 Uji Hipotesis	72
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83

Daftar Gambar

Gambar 1. Kerangka Berpikir	20
Gambar 2. Variabel X dan Variabel Y	21
Gambar 3. Instagram Tokopedia	24
Gambar 4. Rumus Yamane	25
Gambar 5. Hasil Uji Validitas Variabel X (Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i>)	27
Gambar 6. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	28
Gambar 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i>)	29
Gambar 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	30
Gambar 9. Hasil Uji Korelasi	69
Gambar 12. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	70
Gambar 13. Hasil Uji Regresi Sederhana	71

Daftar Tabel

Tabel 1. Operasional Konsep Variabel X	21
Tabel 2. Operasional Konsep Variabel Y	22
Tabel 3. Skala Ordinal	26
Tabel 4. <i>Cronbach's Alpha</i>	27
Tabel 5. Waktu Penelitian	33
Tabel 6. Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 7. Usia Responden	37
Tabel 8. Pekerjaan Responden	38
Tabel 9. <i>Followers</i> Instagram Tokopedia	39
Tabel 10. Responden yang Pernah Berbelanja di Tokopedia	39
Tabel 11. Responden yang Mengetahui Kasus Tuduhan LGBT	40
Tabel 12. Pernyataan 1 (X1)	43
Tabel 13. Pernyataan 2 (X2)	44
Tabel 14. Pernyataan 3 (X3)	45
Tabel 15. Pernyataan 4 (X4)	46
Tabel 16. Pernyataan 5 (X5)	47
Tabel 17. Pernyataan 6 (X6)	48
Tabel 18. Pernyataan 7 (X7)	49
Tabel 19. Pernyataan 8 (X8)	50
Tabel 20. Pernyataan 9 (X9)	51
Tabel 21. Pernyataan 10 (X10)	52
Tabel 22. Pernyataan 11 (X11)	53
Tabel 23. Pernyataan 12 (X12)	54
Tabel 24. Pernyataan 13 (X13)	55
Tabel 25. Pernyataan 1 (Y1)	56
Tabel 26. Pernyataan 2 (Y2)	57
Tabel 27. Pernyataan 3 (Y3)	58
Tabel 28. Pernyataan 4 (Y4)	59
Tabel 29. Pernyataan 5 (Y5)	60
Tabel 30. Pernyataan 6 (Y6)	61

Tabel 31. Pernyataan 7 (Y7)	62
Tabel 32. Pernyataan 8 (Y8)	63
Tabel 33. Pernyataan 9 (Y9)	64
Tabel 34. Pernyataan 10 (Y10)	65
Tabel 35. Pernyataan 11 (Y11)	66
Tabel 36. Pernyataan 12 (Y12)	67
Tabel 37. Pernyataan 13 (Y13)	68
Tabel 38. Tingkat Korelasi	69

Daftar Lampiran

Lampiran 1	86
Lampiran 2	101
Lampiran 3	107
Lampiran 4	109
Lampiran 5	110