



**HUBUNGAN *BRAND* AMBASSADOR “MARSHA TIMOTHY”
IKLAN TVC PRODUK NATUR-E ADVANCED TERHADAP
MINAT BELI
(Survei pada Ibu-ibu PKK Wilayah Pondok Cabe Udik)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Komunikasi**

REYKA PUNDARIKA

1310411011

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Reyka Pundarika

NRP : 1310.411.011

Tanggal : 10 Juli 2017

Bila mana dikemudian hari ketidak sesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan di proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 10 Juli 2017

Yang Menyatakan,



(Reyka Pundarika)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama :Reyka Pundarika

NRP : 1310.411.011

Fakultas :Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Komunikasi (Periklanan)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Hubungan *Brand Ambassador* “Marsha Timothy” iklan TVC produk
Natur-E Advanced terhadap Minat Beli (Survei pada Ibu-ibu PKK wilayah
Pondok Cabe Udik).**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Juli 2017

Yang Menyatakan,



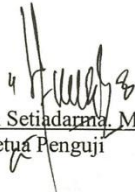
(Reyka Pundarika)

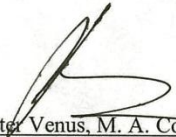
PENGESAHAN


Skripsi diajukan oleh :



Nama : Reyka Pundarika
NRP : 1301411011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : HUBUNGAN *BRAND AMBASSADOR* “MARSHA
TIMOTHY” IKLAN TVC PRODUK NATUR-E
ADVANCED TERHADAP MINAT BELI.

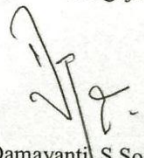
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk diperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.


Drs. Aan Setiadarma, M.Si
Ketua Penguji


Dr. Anter Venus, M. A. Comm
Penguji I


Dr. Ilona Vicenovie O.S. M.Si
Penguji II



Dr. Anter Venus, M. A. Comm
Dekan


Damayanti, S.Sos. M.Si
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 10 Juli 2017

**HUBUNGAN *BRAND AMBASSADOR* “MARSHA TIMOTHY” IKLAN
TVC PRODUK NATUR-E ADVANCED TERHADAP MINAT BELI
(Survei pada Ibu-ibu PKK Wilayah Pondok Cabe Udik)**

Reyka Pundarika

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah mengenai *brand ambassador* iklan TVC produk Natur-E Advanced terhadap minat beli Ibu-ibu PKK wilayah pondok cabe udik. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh *brand ambassador* “Marsha Timothy” iklan TVC produk Natur-E Advanced terhadap minat beli ibu-ibu PKK wilayah pondok cabe udik. Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah Komunikasi, Komunikasi Massa, Media Massa Televisi, Periklanan, *Brand Ambassador*, Minat Beli, dan Model AIDA. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah Ibu-ibu PKK wilayah Pondok Cabe Udik sebanyak 120 responden, dengan jumlah sampel berdasarkan rumus slovin sebanyak 92 responden. Hasil uji korelasi nilai r sebesar 0,825 terdapat hubungan positif yang sangat kuat. Hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,681 yang menyatakan bahwa 68% minat beli ditentukan oleh *brand ambassador*, dan sisanya sejumlah 32% ditentukan dari faktor lain diluar penelitian. Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa nilai t hitung sebesar 13,849 > dari t tabel 1,980 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima (ada pengaruh). Seorang brand ambassador sudah seharusnya menjadi suatu ikon dan pemasaran terhadap suatu produk agar dapat mudah di ingat dan membuat khalayak tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan. dari hasil yang ada disarankan produk Natur-E Advanced dapat mempertahankan bentuk promosi dengan menggunakan *brand ambassador*.

Kata Kunci : Produk, *Brand Ambassador*, Minat beli

**THE INFLUENCE OF A BRAND
AMBASSADOR "MARSHA TIMOTHY" ADVERTS NATUR-E ADVANCED
PRODUCT TVC AGAINST BUY INTEREST
(Survey on PKK group region Pondok Cabe Udik)**

Reyka Pundarika

ABSTRACT

Background this study was about brand ambassador ad TVC product Natur-E Advanced againts buy interest PKK group region Pondok Cabe Udik. The objectives to be achieved in this research is does influence brand ambassador "Marsha Timothy" adverts Natur-E product TVC Advanced against buy interest PKK group region pondok cabe udik. The theory used in this study is Advertising, Brand Ambassador, the buy Interest, and AIDA Model. This research uses a quantitative approach and the questionnaire as an instrument of data collection. The population in this reseach is PKK group region pondok cabe udik as much as 120 respondents, with the number of sample based on slovin formula as much as 92 respondents. Test results correlation value r of 0,825 there is a very strong positive relationship. Test results determinasi coefficient of 0,681 which stated that 68% interest purchase is determined by the brand ambassador, and the remaining 32% is determined from a number of other factors outside of research. The result of a test of the hypothesis state that a value t calculate of 13,849 > 1,980 tabel of then it can be inferred that H_0 is rejected and the H_a received (there's influence). A brand ambassador was supposed to be an icon and marketing of a product so that you can easily remember and make the audience interested in the product or service offered. From the results that there is a recommended product Natur-E Advanced can maintain the form of the promotion by using the brand ambassador.

Keyword : Product, Brand Ambassador, Buy Interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmat sehat yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Judul yang penulis ambil adalah “Pengaruh Brand Ambassador “Marsha Timothy” Iklan produk TVC Natur-E Advanced Terhadap Minat Beli ” (Survei Pada Ibu-Ibu PKK Wilayah Pondok Cabe Udik).

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu kelancaran proses pelaksanaan kegiatan ini dan secara khusus penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Antar Venus, M.A, Comm. Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional UPN “Veteran” Jakarta.
2. Damayanti. S.Sos. M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
3. Dr. Ilona Vicenovie Oisina S.M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan masukan dan arahan yang baik dan bermanfaat.
4. Orang Tua yang selalu mendoakan dan mendukung selalu dalam suka maupun duka.
5. Andre Ardiansyah yang telah memberi memotivasi penulis dalam penelitian ini
6. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan memotivasi kepada penulis -BNL (Made Permata,, Dilla Rachmania, Pradana G, Rizqy Ary, Dicky Setiawan, Rafikha Wulandari, Rully Afrilya, dan Indira Paramitha. -Windy Tri, Syahrial Idham, M. Saddam (Mochi), dan Rasyid Sidiq.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritikan maupun saran yang membangun penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan khususnya bagi mahasiswa/i *Advertising* untuk dijadikan referensi.

Jakarta, 10 Juli 2017



Reyka Pundarika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah.....	6
I.3. Tujuan Penelitian	6
I.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.4.1. Manfaat Praktis	7
I.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
II.1. Teori Dasar	8
2.1.1. Teori SOR (Stimulus Organism Respons).....	8
2.1.2. Periklanan	10
1. Definisi periklanan	10
2. Tujuan Periklanan	10
3. Iklan Televisi	11
II.2. Definisi Konsep	12
2.2.1. <i>Brand Ambassador</i>	12
1. Definisi <i>Brand Ambassador</i>	12
2. Unsur-unsur <i>Brand Ambassador</i>	12
2.2.2. Minat Beli	13
1. Definisi Minat Beli	13
2.2.3. Model AIDA	14
II.1. Penelitian Terdahulu	16
II.2. Kerangka Pikir	17
II.3. Hipotesis Penelitian.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1. Pendekatan Penelitian	19
3.2. Jenis Penelitian	19
3.3. Metode Penelitian	19
3.4. Populasi dan Sampel	20

3.4.1. Populasi	20
1.Pengertian Populasi	20
3.4.2. Sampel	20
1.Pengertian Sampel	20
3.5 Teknik Penentuan Sampel	21
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6.1.Data Primer	22
3.6.2.Data Skunder	22
3.7 Operasionalisasi Variabel	22
3.8 Teknik Analisis Data.....	27
3.9 Uji Validitas & Reliabilitas	28
1. Uji Validitas	28
2. Uji Reliabilitas	32
3.10 Uji Korelasi	34
3.11 Uji Regresi	35
3.12 Koefisien Determinasi	36
3.13 Uji Hipotesis	36
3.14 Tempat dan Waktu Penelitian	37
BAB IV PEMBAHASAN.....	38
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	38
1. Profil Natur-E Advanced	38
2. Sejarah Perusahaan	39
3. Visi dan Misi.....	40
4.2 Profil Ibu-Ibu PKK Wlayah Pondok Cabe Udik.....	41
1. Sejarah PKK Wiayah Pondok Cabe Udik.....	41
2. Visi dan Misi.....	42
3. Program Pokok PKK.....	42
4.3 Hasil Penelitian	43
1. Karakteristik Responden.....	43
4.4 Analisis Variabel.....	43
4.4.1 Variabel X <i>Brand Ambassador</i>	43
4.4.2 Variabel Y Minat Beli	62
4.5 Uji Korelasi	76
4.6 Uji Determinasi	77
4.7 Uji Hipotesis	78
4.8 Pembahasan.....	79
BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Operasionalisasi Variabel (X).....	23
Tabel 2 : Operasionalisasi Variabel (Y).....	26
Tabel 3 : Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 4 : Uji Validitas variabel X	30
Tabel 5 : Uji Validitas variabel Y	31
Tabel 6 : Pengambilan Keputusan Uji Reliabilitas	32
Tabel 7 : Reliabilitas variabel X	33
Tabel 8 : Reliabilitas variabel Y	33
Tabel 9 : Interpretasi Koefisien Korelasi	34
Tabel 10 : Jadwal Penelitian	37
Tabel 11 : Karakteristik Responden	43
Tabel 12 : Pernyataan 1 Variabel X	45
Tabel 13 : Pernyataan 2 Variabel X	46
Tabel 14 : Pernyataan 3 Variabel X	47
Tabel 15 : Pernyataan 4 Variabel X	48
Tabel 16 : Pernyataan 5 Variabel X.....	49
Tabel 17 : Pernyataan 6 Variabel X.....	50
Tabel 18 : Pernyataan 7 Variabel X.....	51
Tabel 19 : Pernyataan 8 Variabel X.....	52
Tabel 20 : Pernyataan 9 Variabel X.....	53
Tabel 21 : Pernyataan 10 Variabel X.....	54
Tabel 22 : Pernyataan 11 Variabel X.....	55
Tabel 23 : Pernyataan 12 Variabel X.....	56
Tabel 24 : Pernyataan 13 Variabel X.....	57

Tabel 25 : Pernyataan 14 Variabel X	58
Tabel 26 : Pernyataan 15 Variabel X	59
Tabel 27 : Pernyataan 16 Variabel X	60
Tabel 28 : Penilaian variabel X <i>Brand Ambassador</i>	61
Tabel 29 : Pernyataan 1 Variabel Y	63
Tabel 30 : Pernyataan 2 Variabel Y	64
Tabel 31 : Pernyataan 3 Variabel Y	65
Tabel 32 : Pernyataan 4 Variabel Y	66
Tabel 33 : Pernyataan 5 Variabel Y	67
Tabel 34 : Pernyataan 6 Variabel Y	68
Tabel 35 : Pernyataan 7 Variabel Y	69
Tabel 36 : Pernyataan 8 Variabel Y	70
Tabel 37 : Pernyataan 9 Variabel Y	71
Tabel 38 : Pernyataan 10 Variabel Y	72
Tabel 39 : Pernyataan 11 Variabel Y	73
Tabel 40 : Pernyataan 12 Variabel Y	74
Tabel 41 : Penilaian variabel Y Minat Beli	75
Tabel 42 : Nilai Koefisien Korelasi	76
Tabel 43 : Nilai Koefisien Determinasi	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Tabel Top Brand	3
Gambar 2 : Produk Natur-E Advanced Soft Capsule.....	4
Gambar 3 : Produk Natur-E Advanced Hand Body Lotion	5
Gambar 4 : Kerangka Berpikir	19
Gambar 5 : Produk Natur- E Advanced	38
Gambar 6 : Logo Darya Varia	40
Gambar 7 : Logo PKK	41

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat A2.2 (Kegiatan Konsultasi Skripsi).
- Lampiran 2 : Surat A5 (Tanda persetujuan Ujian Skripsi)
- Lampiran 3 : Surat Keterangan Permohonan Riset
- Lampiran 4 : Surat Pengantar Riset
- Lampiran 5 : Kartu Hasil Studi
- Lampiran 6 : Hasil Test TOEFL
- Lampiran 7 : Surat Keterangan Bebas Perpustakaan FISIP
- Lampiran 8 : Sertifikat Outbond
- Lampiran 9 : Print Out Pembayaran
- Lampiran 10 : Daftar Kehadiran Mengikuti Seminar Ujian Skripsi
- Lampiran 11 : Ijazah SMA
- Lampiran 12 : Kuesioner
- Lampiran 13 : Hasil Validitas dan Reliabilitas Variabel X
- Lampiran 14 : Hasil Validitas dan Reliabilitas Variabel Y
- Lampiran 15 : Uji Korelasi, Uji Determinasi, dan Uji Regresi
- Lampiran 16 : r Tabel
- Lampiran 17 : t Tabel
- Lampiran 18 : Data Responden
- Lampiran 19 : Dokumentasi penyebaran kuesioner pada Ibu-ibu PKK wilayah Pondok Cabe Udik.