



Judul Skripsi:

**PENGARUH KREDIBILITAS BRAND AMBASSADOR IKLAN
MAKANAN RINGAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK**

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

Nama : Muhammad Tito Rizqullah

NIM : 2010411141



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Lembar Orisinalitas

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Tito Rizqullah

NIM : 2010411141

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilama di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juni 2024

Yang menyatakan,



(Muhammad Tito Rizqullah)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Muhammad Tito Rizqullah

NIM : 2010411141

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

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:

**PENGARUH KREDIBILITAS BRAND AMBASSADOR IKLAN
MAKANAN RINGAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK**

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 : 21 Juni 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Tito Rizqullah


PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Tito Rizqullah
NIM : 2010411141
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Iklan Makanan Ringan Terhadap Minat Beli Produk

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

Pembimbing



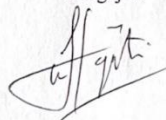
Ratu Nadya W., S.I.Kom, MM

Penguji 1



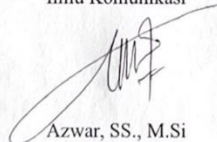
Dr. Dra. Hj. Rini Riyanti, M.Si.

Penguji 2



Kumala Hayati, S.I.Kom., M.Med.Kom

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 01 Juli 2024

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Tito Rizqullah
NIM : 2010411141
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Iklan Makanan Ringan terhadap Minat Beli Produk**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 21 Juni 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Tito Rizqullah

Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Iklan Makanan Ringan terhadap Minat Beli Produk

MUHAMMAD TITO RIZQULLAH

ABSTRAK

Pertumbuhan pada industri makanan ringan membuat perusahaan yang bergerak pada industri ini terus melakukan berbagai macam strategi pemasaran guna meningkatkan pendapatannya. Tidak sedikit produk makanan ringan yang menggunakan strategi *brand ambassador* dalam pemasarannya. Namun penggunaan strategi *brand ambassador* harus dilakukan dengan hati-hati karena jika *brand ambassador* nya tidak tepat akan membuat perusahaan tidak mengalami peningkatan yang signifikan. *Brand ambassador* yang memiliki kredibilitas yang tinggi akan mudah dipercaya oleh para konsumennya. Salah satu contoh produk yang menggunakan *brand ambassador* dalam pemasarannya adalah Japota. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pada kredibilitas *Brand Ambassador* iklan makanan ringan terhadap minat beli produk, dengan menggunakan teori Respons Kognitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis eksplanatif, dengan metode survei. Pengumpulan data didapat dengan menyebarkan beberapa pernyataan kepada 100 responden. Responden pada penelitian ini adalah pengikut dari Instagram @japotaid. Data penelitian kemudian dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis menggunakan alat uji SPSS versi 26. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, didapatkan bahwa terdapat pengaruh kredibilitas *Brand Ambassador* sebesar 0,512 (51,2%) terhadap minat beli produk. Nilai uji koefisien determinasi ini juga selaras dengan uji hipotesis yang didapatkan nilai t hitung sebesar 10,134 > t tabel 1,660. Artinya, terdapat pengaruh yang cukup besar dan signifikan antara kredibilitas *Brand Ambassador* terhadap minat beli produk. Penelitian ini diharapkan penulis dapat menjadi sumber acuan referensi yang dapat dikembangkan dengan lebih baik pada penelitian selanjutnya

Kata kunci: Japota, JKT48, Kredibilitas *Brand Ambassador*, Minat Beli, Teori Respons Kognitif

The Influence of Brand Ambassador Credibility in Snack Food Advertisements on Product Purchase Interest

MUHAMMAD TITO RIZQULLAH

ABSTRACT

The growth in the snack food industry makes companies operating in this industry continue to carry out various marketing strategies to increase their income. Not a few snack products use a brand ambassador strategy in their marketing. However, the use of the brand ambassador strategy must be done carefully because if the brand ambassador is not right it will prevent the company from experiencing significant improvements. Brand ambassadors who have high credibility will be easily trusted by consumers. One example of a product that uses brand ambassadors in its marketing is Japota. This research aims to determine whether there is an influence on the credibility of Brand Ambassadors in snack food advertisements on interest in purchasing products, using Cognitive Response theory. This research uses a quantitative approach, explanatory type, with survey methods. Data collection was obtained by distributing several statements to 100 respondents. Respondents in this study were followers of Instagram @japota.id. The research data was then analyzed using a simple linear regression test, coefficient of determination test, and hypothesis testing using the SPSS version 26 test tool. Based on the results of the coefficient of determination test, it was found that there was an influence of Brand Ambassador credibility of 0.512 (51.2%) on interest in purchasing products. The coefficient of determination test value is also in line with the hypothesis test which obtained a calculated t value of 10.134 > t table 1.660. This means that there is quite a large and significant influence between the credibility of the Brand Ambassador and interest in purchasing products. The author hopes that this research can become a reference source that can be better developed in further research

Keywords: *Brand Ambassador Credibility, Cognitive Response Theory, Japota, JKT48, Purchase Intention*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya sehingga penelitian tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Adapun pembuatan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Iklan Makanan Ringan terhadap Minat Beli Produk”** dengan tujuan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Dalam proses penulisan skripsi ini, peneliti tentunya mendapat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, Peneliti ingin berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Bekti Istiyanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
2. Bapak Dr. Azwar, SS., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, atas kebijakan-kebijakan terhadap perkembangan program studi Ilmu Komunikasi.
3. Kumala Hayati, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi ini
5. Teman-teman kosan Cemara 1 No.11, Akoy, Sekar, Jono, Farid, Ebi Ravi, Gabriel, dan Daffa yang selalu menemani dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir
6. Teman-teman Fans JKT48, Cynthia in Action, dan para responden yang telah membantu penulis dalam melakukan survei penelitian
7. Idol Group JKT48 yang telah menjadi alasan peneliti mengangkat skripsi dengan judul ini, serta dengan lagu-lagunya yang selalu memberikan energi positif bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini

8. Cynthia Yupitera sebagai orang yang selalu menjadi alasan bagi peneliti untuk selalu semangat dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai

Peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan pada proses dan hasil penelitian skripsi ini. Namun demikian, peneliti berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca maupun peneliti selanjutnya.

Jakarta, 21 Juni 2024



Muhammad Tito Rizqullah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Praktis	13
1.3.2 Tujuan Akademis	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Praktis	13
1.4.2 Manfaat Akademis	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Konsep dan Teori Penelitian	16
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	16
2.1.2 Iklan.....	19
2.1.3 Kredibilitas	20
2.1.4 <i>Brand Ambassador</i>	22
2.1.5 Minat Beli	24
2.1.6 Teori Respons Kognitif (<i>Cognitive Response Theory</i>)	26
2.2 Kerangka Pemikiran	28
2.3 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Objek Penelitian	31
3.1.1 Populasi	31
3.1.2 Sampel.....	31
3.2 Jenis Penelitian	32
3.3 Operasional Variabel	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1 Kuesioner	37
3.4.2 Skala Pengukuran.....	38
3.4.3 Uji Validitas	38
3.4.4 Uji Reliabilitas	41
3.5 Sumber Data	43
3.5.1 Data Primer	43
3.5.2 Data Sekunder	43

3.6	Teknik Analisis Data	43
3.6.1	Uji Korelasi	43
3.6.2	Uji Regresi Linear Sederhana	44
3.6.3	Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	45
3.6.4	Uji Hipotesis	46
3.7	Tahap Kegiatan dan Waktu Penelitian	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Hasil Penelitian.....	48
4.1.1	Karakteristik Responden	48
4.1.2	Analisis Pernyataan Variabel X: Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i> .	49
4.1.3	Analisis Pernyataan Variabel Y: Minat Beli.....	57
4.2	Hasil Analisis Data	64
4.2.1	Hasil Analisis Uji Deskriptif.....	64
4.2.2	Hasil Uji Korelasi.....	64
4.2.3	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	66
4.2.4	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
4.2.5	Hasil Analisis Uji Hipotesis	69
4.3	Pembahasan	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		76
5.1	Simpulan.....	76
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN.....		83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Japota Resmi Diluncurkan pada Tahun 2019.....	3
Gambar 2 JKT48 Menjadi <i>Brand Ambassador</i> Japota	6
Gambar 3 Data Penggemar JKT48 per tahun 2022	7
Gambar 4 Kenaikan Jumlah Pengikut Instagram @japotaid Setelah JKT48 Menjadi <i>Brand Ambassador</i>	8
Gambar 5 Perbedaan Jumlah Komentar di Unggahan Instagram @japotaid Setelah JKT48 menjadi <i>Brand Ambassador</i>	9
Gambar 6 Model Teori Respons Kognitif.....	27
Gambar 7 JKT48 menjadi <i>Brand Ambassador</i> dari Pocari Sweat dan Tango	54
Gambar 8 Member JKT48	55
Gambar 9 Postingan Iklan Japota dengan JKT48	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Survei Keripik Kentang yang Disukai Masyarakat.....	4
Tabel 2 Kerangka Pemikiran.....	29
Tabel 3 Operasional Variabel X (Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i>)	35
Tabel 4 Operasionalisasi Variabel Y (Minat Beli).....	36
Tabel 5 Skala Likert	38
Tabel 6 Uji Validitas Variabel X	40
Tabel 7 Uji Validitas Variabel Y	40
Tabel 8 Tingkat Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	41
Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	42
Tabel 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	42
Tabel 11 Interpretasi Koefisien Korelasi	44
Tabel 12 Tahap Kegiatan dan Waktu Penelitian.....	47
Tabel 13 Jenis Kelamin Responden (N = 100)	48
Tabel 14 Usia Responden (N = 100).....	49
Tabel 15 Skor Skala Likert Variabel X.....	50
Tabel 16 Pernyataan X ₁ (N = 100)	50
Tabel 17 Pernyataan X ₂ (N = 100)	51
Tabel 18 Pernyataan X ₃ (N = 100).....	51
Tabel 19 Pernyataan X ₄ (N = 100).....	52
Tabel 20 Pernyataan X ₅ (N = 100).....	52
Tabel 21 Pernyataan X ₆ (N = 100).....	53
Tabel 22 Pernyataan X ₇ (N = 100).....	54
Tabel 23 Pernyataan X ₈ (N = 100).....	55
Tabel 24 Pernyataan X ₉ (N = 100).....	56
Tabel 25 Hasil Uji Deskriptif Variabel Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i>	56
Tabel 26 Skor Skala Likert Variabel Y	57
Tabel 27 Pernyataan Y ₁ (N = 100).....	57
Tabel 28 Pernyataan Y ₂ (N = 100).....	58
Tabel 29 Pernyataan Y ₃ (N = 100).....	59
Tabel 30 Pernyataan Y ₄ (N = 100).....	59

Tabel 31 Pernyataan Y ₅ (N = 100).....	60
Tabel 32 Pernyataan Y ₆ (N = 100).....	61
Tabel 33 Pernyataan Y ₇ (N = 100).....	62
Tabel 34 Pernyataan Y ₈ (N = 100).....	62
Tabel 35 Pernyataan Y ₉ (N = 100).....	63
Tabel 36 Hasil Uji Deskriptif Variabel Minat Beli.....	63
Tabel 37 Uji Deskriptif Variabel X dan Variabel Y	64
Tabel 38 Uji Deskriptif Variabel X dan Y Menggunakan Excel.....	64
Tabel 39 Hasil Uji Korelasi.....	65
Tabel 40 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	66
Tabel 41 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 42 Hasil Uji Hipotesis	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup.....	83
Lampiran 2 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	84
Lampiran 3 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	85
Lampiran 4 Kuesioner.....	86
Lampiran 5 Data Variabel X.....	90
Lampiran 6 Data Variabel Y	92
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	94
Lampiran 9 Hasil Uji Turnitin (<i>Similarity</i>)	96