



Judul Tugas Akhir Skripsi:

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN *BRAND AMBASSADOR* SEVENTEEN TERHADAP MINAT BELI SUSU INDOMILK YOUR WAY
(Survei Pada *Followers* Akun Instagram @Indomilkyourway)

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

Nama : Azahra Galuh Junita

NIM : 2110411043



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN *BRAND AMBASSADOR*
SEVENTEEN TERHADAP MINAT BELI SUSU INDOMILK YOUR WAY
(Survei Pada *Followers* Akun Instagram @Indomilkyourway)**

SKRIPSI

AZAHRA GALUH JUNITA 2110411043

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI PROGRAM SARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA 2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Azahra Galuh Junita

NIM : 2110411043

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 12 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Azahra Galuh Junita)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Azahra Galuh Junita
NIM : 2110411043
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 DAYA TARIK IKLAN DAN *BRAND AMBASSADOR* SEVENTEEN TERHADAP MINAT BELI SUSU INDOMILK YOUR WAY (SURVEI PADA *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @INDOMILKYOURWAY)

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 : 23 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Azahra Galuh Junita)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Nama : Azahra Galuh Junita

NIM : 2110411043

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Brand Ambassador* SEVENTEEN
Terhadap Minat Beli Susu Indomilk Your Way (Survei Pada *Followers* Akun
Instagram @Indomilkyourway)

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 : 23 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Azahra Galuh Junita)

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Azahra Galuh Junita
NIM : 2110411043
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Brand Ambassador*
SEVENTEEN Terhadap Minat Beli Susu Indomilk Your Way
(Survei Pada *Followers* Akun Instagram @Indomilkyourway)

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

(Uljanatunnisa, S.Sos. MA)

Penguji 1

(Dr. Drina Intyaswati, M.Si.)

Penguji 2

(Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : Rabu, 9 Juli 2025

Pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Brand Ambassador* SEVENTEEN Terhadap Minat Beli Susu Indomilk Your Way (Survei Pada *Followers* Akun Instagram @Indomilkyourway)

Azahra Galuh Junita

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan. Iklan kini telah berkembang ke ranah digital lewat media sosial. Perubahan ini turut membawa masuk budaya populer global, salah satunya adalah *Korean Wave*, yang kini menjadi fenomena besar dan berpengaruh terhadap perilaku konsumen di Indonesia. Dalam konteks ini, banyak merek memanfaatkan popularitas artis Korea untuk memperkuat strategi promosi mereka, termasuk Indomilk Your Way yang menggandeng SEVENTEEN sebagai *brand ambassador*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh daya tarik iklan dan brand ambassador terhadap minat beli produk Indomilk Your Way, serta seberapa besar pengaruhnya. Teori yang digunakan adalah *Elaboration Likelihood Model* (ELM), yang menjelaskan bahwa konsumen dapat memproses pesan persuasif melalui dua jalur yaitu jalur sentral dan jalur perifer, tergantung pada motivasi dan kemampuan kognitif mereka. Penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif jenis eksplanatif. Populasi penelitian adalah pengikut akun Instagram @indomilkyourway, dengan jumlah sampel 394 responden yang ditentukan melalui rumus Taro Yamane. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dan data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik iklan dan *brand ambassador* SEVENTEEN berpengaruh terhadap minat beli produk Indomilk Your Way sebesar 35% dengan variabel *brand ambassador* SEVENTEEN sebagai variabel yang lebih besar dalam mempengaruhi minat beli konsumen.

Kata Kunci: Daya Tarik Iklan, *Brand Ambassador*, Minat beli, *Elaboration Likelihood Model* (ELM), *Korean Wave*

**The Influence of Advertising Appeal and SEVENTEEN as Brand
Ambassador on Consumers' Purchase Intention of Indomilk Your Way Milk
(A Survey on Instagram Followers of @Indomilkyourway)**

Azahra Galuh Junita

ABSTRACT

The advancement of information and communication technology has changed the marketing strategies used by companies. Advertising has now expanded into the digital sphere through social media platforms. This shift has also introduced global popular cultures, one of which is the Korean Wave, which has become a widespread phenomenon and strongly influences consumer behavior in Indonesia. In this context, many brands take advantage of the popularity of Korean artists to strengthen their promotional strategies, including Indomilk Your Way which has partnered with SEVENTEEN as brand ambassadors. This study aims to determine whether there is an influence of advertising appeal (X1) and brand ambassador (X2) on purchase intention (Y) for Indomilk Your Way, and to measure the magnitude of that influence. The theoretical framework used is the Elaboration Likelihood Model (ELM), which explains that consumers process persuasive messages through two possible routes: the *central* route and the peripheral route, depending on their motivation and cognitive ability. This study uses an explanatory quantitative survey method. The research population is the followers of the Instagram account @indomilkyourway, with a sample size of 394 respondents determined using the Taro Yamane formula. The sampling technique used purposive sampling, and data was collected through questionnaires. The data obtained were analyzed using SPSS version 22. The results showed that the attractiveness of advertising and SEVENTEEN brand ambassadors influenced the purchase interest of Indomilk Your Way products by 35%, with the SEVENTEEN brand ambassador variable as the most dominant variable in influencing consumer purchase interest.

Keywords: Advertising Appeal, Brand Ambassador, Purchase Intention, Elaboration Likelihood Model (ELM), Korean Wave

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi berjudul “Pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Brand Ambassador* SEVENTEEN Terhadap Minat Beli Susu Indomilk Your Way (Survei Pada *Followers* Akun Instagram @Indomilkyourway)” dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., M.A, M.Si selaku Dosen Pembimbing atas bimbingan, dukungan, dan motivasinya.
2. Ibu Dr. Drina Intyaswati, M.Si selaku Dosen Penguji I dan Kak Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si selaku Dosen Penguji II atas kritik dan saran yang membangun.
3. Kedua orang tua peneliti, bapak Mukharom dan ibu Enny Rosmiaty, atas doa, dukungan moril dan material, serta semangat yang tiada henti.
4. Kakak Erlangga, Nenek Paniah, serta keluarga besar Kakek Soeroso Mintonogo dan Kakek Nasokha atas doa dan dukungannya.
5. Gadis Nilam Sari, sahabat sejak SMP atas semangat, doa, nasehat, serta canda tawa yang menguatkan peneliti.
6. Anggota grup pamili atau madas, teman SMP peneliti, atas dukungan dan hiburan selama penyusunan skripsi.
7. Elsa, Zidane, Amanda, Ceca, dan Dhifa, sahabat semasa kuliah, atas semangat, bantuan, tawa, dan kebersamaan yang berharga.
8. SEVENTEEN atas musik dan inspirasinya yang menemani serta menjadi bagian penelitian ini.
9. Para responden yang bersedia meluangkan waktu mengisi kuesioner penelitian ini.

Peneliti menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Jakarta, 5 Juni 2025



Azahra Galuh Junita

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	v
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Batasan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Sistematika Penelitian	14
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Teori dan Konsep Penelitian	21
2.3 Alur Penelitian.....	32
2.4 Perumusan Hipotesis	32
 BAB III METODE PENELITIAN	 34
3.1 Objek Penelitian	34
3.2 Jenis Penelitian.....	34
3.3 Definisi Operasional Variabel	35
3.4 Populasi dan Sampel	39

3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.6 Sumber Data.....	42
3.7 Metode Analisis.....	42
3.8 Pengujian Hipotesis.....	51
3.9 Jadwal Penelitian.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.2. Hasil Penelitian	54
4.3. Analisis atau Diskusi	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1. Kesimpulan	92
5.2. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian.....	36
Tabel 3.2 Skor Skala Likert.....	42
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X1	44
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X2	45
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y	45
Tabel 3.6 Tingkat Reliabilitas Cronbach Alpha	47
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1	47
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2	48
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	48
Tabel 3.10 Rencana Waktu Penelitian.....	52
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.2 Usia Responden.....	55
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	56
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 1 Dimesi Daya Tarik Informatif atau Rasional (Daya Tarik Fitur (<i>Feature Appeal</i>))	57
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 2 Dimensi Daya Tarik Informatif atau Rasional (Daya Tarik Fitur (<i>Feature Appeal</i>)).....	58
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 3 Dimensi Daya Tarik Informatif atau Rasional (Daya Tarik Keunggulan (<i>Competitive Advantage</i>)).....	58
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 4 Dimensi Daya Tarik Informatif atau Rasional (Daya Tarik Keunggulan (<i>Competitive Advantage</i>)).....	59
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 5 Dimensi Daya Tarik Informatif atau Rasional (Daya Tarik Popularitas (<i>Popularity Appeal</i>))	60
Tabel 4.9 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 6 Dimensi Daya Tarik Informatif atau Rasional (Daya Tarik Popularitas (<i>Popularity Appeal</i>)).....	60
Iklan indomil-k yang dibintangi oleh seventeen membuat saya mempertimbangkan produk	60
Tabel 4.10 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 7 Dimensi Daya Tarik Informatif atau Rasional (Daya Tarik Popularitas (<i>Popularity Appeal</i>)).....	61
Iklan indomil-k yang dibintangi oleh seventeen membuat produk indomil k menjadi lebih populer.....	61
Tabel 4.11 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 8 Dimensi Daya Tarik Informatif atau Rasional (Daya Tarik Harga (<i>Favorable Price Appeal</i>)).....	61

Iklan indomil-k yang dibintangi oleh seventeen memberikan penawaran menarik.	61
Tabel 4.12 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 9 Dimensi Daya Tarik Informatif atau Rasional (Daya Tarik Harga (<i>Favorable Price Appeal</i>))	62
Tabel 4.13 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 10 Dimensi Daya Tarik Informatif atau Rasional (Daya Tarik Berita)	62
Tabel 4.14 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 11 Dimensi Daya Tarik Informatif atau Rasional (Daya Tarik Berita)	63
Tabel 4.15 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 12 Dimensi Daya Tarik Emosional (Daya Tarik Fisik)	64
Tabel 4.16 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 13 Dimensi Daya Tarik Emosional (Daya Tarik Fisik)	64
Tabel 4.17 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 14 Dimensi Daya Tarik Emosional (Daya Tarik Emosi)	65
Tabel 4.18 Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 15 Dimensi Daya Tarik Emosional (Daya Tarik Emosi)	65
Tabel 4.19 Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 1 Dimensi Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	66
Tabel 4.20 Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 2 Dimensi Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	67
Tabel 4.21 Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 3 Dimensi Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	67
Tabel 4.22 Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 4 Dimensi Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>)	68
Tabel 4.23 Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 5 Dimensi Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>)	68
Tabel 4.24 Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 6 Dimensi Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>)	69
Tabel 4.25 Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 7 Dimensi Keahlian (<i>Expertise</i>)	70
Tabel 4.26 Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 8 Dimensi Keahlian (<i>Expertise</i>)	70
Tabel 4.27 Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 9 Dimensi Keahlian (<i>Expertise</i>)	71
Tabel 4.28 Hasil Kuesioner Variabel X3 Item Nomor 1 Dimensi Perhatian (<i>Attention</i>)	72
Tabel 4.29 Hasil Kuesioner Variabel X3 Item Nomor 2 Dimensi Perhatian (<i>Attention</i>)	72

Tabel 4.30 Hasil Kuesioner Variabel X3 Item Nomor 3 Dimensi Perhatian (<i>Attention</i>)	73
Tabel 4.31 Hasil Kuesioner Variabel X3 Item Nomor 4 Ketertarikan (<i>Interest</i>) ..	73
Tabel 4.32 Hasil Kuesioner Variabel X3 Item Nomor 5 Ketertarikan (<i>Interest</i>) ..	74
Tabel 4.33 Hasil Kuesioner Variabel X3 Item Nomor 6 Ketertarikan (<i>Interest</i>) ..	75
Tabel 4.34 Hasil Kuesioner Variabel X3 Item Nomor 7 Dimensi Keinginan (<i>Desire</i>).....	75
Tabel 4.35 Hasil Kuesioner Variabel X3 Item Nomor 8 Dimensi Keinginan (<i>Desire</i>).....	76
Tabel 4.36 Hasil Kuesioner Variabel X3 Item Nomor 9 Dimensi Keinginan (<i>Desire</i>).....	76
Tabel 4.37 Hasil Kuesioner Variabel X3 Item Nomor 10 Keyakinan (<i>Conviction</i>)	77
Tabel 4.38 Hasil Kuesioner Variabel X3 Item Nomor 11 Keyakinan (<i>Conviction</i>)	77
Tabel 4.39 Hasil Kuesioner Variabel X3 Item Nomor 12 Keyakinan (<i>Conviction</i>)	78
Tabel 4.40 Hasil Uji Normalitas.....	79
Tabel 4.41 Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
Tabel 4.42 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Tabel 4.43 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	81
Tabel 4.44 Hasil Uji Koefisien Determinasi	82
Tabel 4.45 Hasil Uji T (Uji Partial).....	83
Tabel 4.46 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak.....	3
Gambar 1.2 20 Negara dengan Jumlah Fans K-Pop Terbanyak	4
Gambar 1.3 Komparasi Brand Index Top Brand.....	6
Gambar 1.4 Iklan Indomilk dengan Brand Ambassador Seventeen	8
Gambar 1.5 SEVENTEEN.....	9
Gambar 1.6 Faktor – Faktor Dalam Memilih Produk Susu UHT	10
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi.....	102
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi	102
Lampiran 3. Persetujuan Sidang Skripsi	103
Lampiran 4. Revisi Tugas Akhir	104
Lampiran 5. Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 6. Data Variabel X1	115
Lampiran 7. Data Variabel X2	117
Lampiran 8. Data Variabel Y	119
Lampiran 9. Hasil Analisis Uji.....	121
Lampiran 10. Dokumentasi.....	126
Lampiran 11. Hasil Cek Turnitin.....	127
Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup.....	128