



Judul Tugas Akhir Skripsi:

PENGARUH KREDIBILITAS *BRAND AMBASSADOR* INTERNASIONAL DAN *BRAND AMBASSADOR* LOKAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK MIE SEDAAP PADA GENERASI Z (Survei Pada *Followers* Instagram @miesedaapid)

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

Nama : Dhifa Soraya

NIM : 2110411049



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



**PENGARUH KREDIBILITAS *BRAND AMBASSADOR* INTERNASIONAL
DAN *BRAND AMBASSADOR* LOKAL TERHADAP MINAT BELI
PRODUK MIE SEDAAP PADA GENERASI Z (Survei Pada *Followers*
Instagram @miesedaapid)**

SKRIPSI

DHIFA SORAYA

2110411049

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
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 : Dhifa Soraya

NIM : 2110411049

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 18 Juni 2025

Yang menyatakan,


(Dhifa Soraya)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI 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 : Dhifa Soraya
NIM : 2110411049
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* INTERNASIONAL DAN *BRAND AMBASSADOR* LOKAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK MIE SEDAAP PADA GENERASI Z (SURVEI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @MIESEDAAPID)

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,



(Dhifa Soraya)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Nama : Dhifa Soraya

NIM : 2110411049

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Internasional dan
Brand Ambassador Lokal terhadap Minat Beli Produk Mie Sedaap pada Generasi
Z (Survei pada *Followers* Instagram @miesedaapid)

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,



(Dhifa Soraya)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Dhifa Soraya
NIM : 2110411049
PROGRAM STUDI : SI Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Internasional dan *Brand Ambassador* Lokal terhadap Minat Beli Produk Mie Sedaap pada Generasi Z (Survei pada *Followers* Instagram @miesedaapid)

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



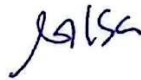
(Dr. Drina Intyaswati, M.Si.)

Penguji 2



(Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Uljanatunnisa, S.Sos. MA)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 9 Juli 2025

**PENGARUH KREDIBILITAS *BRAND AMBASSADOR* INTERNASIONAL
DAN *BRAND AMBASSADOR* LOKAL TERHADAP MINAT BELI
PRODUK MIE SEDAAP PADA GENERASI Z (SURVEI PADA
FOLLOWERS INSTAGRAM @MIESEDAAPID)**

DHIFA SORAYA

ABSTRAK

Perkembangan industri mie instan di Indonesia semakin pesat seiring tingginya permintaan terhadap makanan praktis, sehingga memicu persaingan antar merek menjadi semakin ketat. Untuk mempertahankan daya saing dan meningkatkan minat beli, Mie Sedaap menunjuk selebriti Ahn Hyo-seop dan Angga Yunanda sebagai *brand ambassador* internasional dan lokal. Namun, perbedaan latar belakang dan karakteristik keduanya menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana kredibilitas masing-masing *brand ambassador* dapat memengaruhi minat beli produk Mie Sedaap pada Generasi Z. Penelitian ini bertujuan menganalisis seberapa besar pengaruh kredibilitas *brand ambassador* internasional dan lokal terhadap minat beli produk Mie Sedaap dengan menggunakan teori kredibilitas sumber. Metode yang digunakan adalah survei dengan pendekatan kuantitatif jenis eksplanatif, menggunakan kuesioner yang diisi oleh 398 *followers* akun Instagram @miesedaapid melalui teknik *purposive sampling*. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber primer. Data dianalisis menggunakan SPSS dengan uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, koefisien determinasi, regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas Ahn Hyo-seop dan Angga Yunanda berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Mie Sedaap pada Generasi Z, dengan pengaruh kredibilitas Ahn Hyo-seop lebih dominan dibandingkan Angga Yunanda.

Kata kunci: Kredibilitas *Brand Ambassador*, Ahn Hyo-seop, Angga Yunanda, Minat Beli, Generasi Z

**THE INFLUENCE OF INTERNATIONAL AND LOCAL BRAND
AMBASSADOR CREDIBILITY ON PURCHASE INTENTION OF MIE
SEDAAP PRODUCTS AMONG GENERATION Z (A SURVEY ON
FOLLOWERS OF INSTAGRAM @MIESEDAAPID)**

DHIFA SORAYA

ABSTRACT

The instant noodle industry in Indonesia has experienced rapid growth in line with the increasing demand for practical food products, leading to increasingly intense competition among brands. To maintain competitiveness and increase purchase intention, Mie Sedaap appointed celebrities Ahn Hyo-seop and Angga Yunanda as international and local brand ambassadors. However, differences in their backgrounds and characteristics raise questions about the extent to which each ambassador's credibility can influence Generation Z's purchase intention toward Mie Sedaap. This study aims to analyze the extent of the influence of international and local brand ambassador credibility on the purchase intention of Mie Sedaap products, using the source credibility theory. This research employed a survey method with a quantitative explanatory approach, collecting data through questionnaires completed by 398 Generation Z followers of the Instagram account @miesedaapid using purposive sampling. The data source in this study is primary data. The data were analyzed using SPSS with normality, multicollinearity, heteroscedasticity, coefficient of determination, multiple linear regression, and hypothesis testing. The results show that the credibility of Ahn Hyo-seop and Angga Yunanda has a positive and significant influence on the purchase intention of Mie Sedaap among Generation Z, with Ahn Hyo-seop's credibility having a more dominant influence compared to Angga Yunanda.

Keywords: *Brand Ambassador Credibility, Ahn Hyo-seop, Angga Yunanda, Purchase Intention, Generation Z*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Internasional dan *Brand Ambassador* Lokal terhadap Minat Beli Produk Mie Sedaap pada Generasi Z (Survei pada Followers Instagram @miesedaapid)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., M.A., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dengan penuh kesabaran, memberikan arahan, masukan, serta semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Drina Intyaswati, M.Si., selaku Dosen Penguji I, dan Kak Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan.
4. Kedua orang tua peneliti, Abi dan Mama, serta keluarga besar peneliti yang selalu memberikan doa, dukungan moral dan spiritual, serta menjadi sumber kekuatan utama dalam setiap proses yang dilalui.
5. Teman-teman terdekat peneliti selama masa perkuliahan, yaitu Jarjun, Elsa, Amanda, Ceca, dan Zidan, yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan tawa selama 4 tahun terakhir ini, khususnya Jarjun yang telah menjadi teman diskusi, pengingat, sekaligus penyemangat dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsi.
6. Terakhir, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang dengan penuh tekad dan tidak menyerah meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti dengan rendah hati menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pembaca serta peneliti selanjutnya.

Jakarta, 18 Juni 2025



Dhifa Soraya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iv
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Batasan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.3.1. Tujuan Praktis.....	13
1.3.2. Tujuan Teoritis.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1. Manfaat Akademis.....	14
1.4.2. Manfaat Praktis.....	14
1.6. Sistematika Penulisan	14
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 17
2.1. Penelitian Terdahulu	17
2.2. Konsep dan Teori Penelitian	27
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	27

2.2.2.	Kredibilitas <i>Brand ambassador</i>	29
2.2.3.	<i>Brand ambassador</i>	30
2.2.4.	Minat Beli	33
2.2.5.	Teori Kredibilitas Sumber	35
2.3.	Kerangka Berpikir	37
2.4.	Perumusan Hipotesis	38
2.4.1.	Pengaruh Kredibilitas <i>Brand ambassador</i> Internasional dan Lokal terhadap Minat Beli	38
2.4.2.	Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1.	Objek Penelitian	41
3.1.1.	Lokasi Penelitian	41
3.2.	Jenis Penelitian.....	42
3.3.	Definisi Operasional Variabel	43
3.4.	Populasi dan Sampel.....	45
3.4.1.	Populasi.....	45
3.4.2.	Sampel	46
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	48
3.6.	Sumber Data.....	48
3.6.1.	Data Primer	48
3.7.	Teknik Analisis Data.....	49
3.7.1.	Uji Validitas.....	50
3.7.2.	Uji Reliabilitas.....	54
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik.....	56
3.7.4.	Uji Regresi Linear Berganda.....	58
3.7.5.	Uji Koefisien Determinasi	58
3.8.	Uji Hipotesis	59
3.8.1.	Uji T (Uji Parsial)	59
3.8.2.	Uji F (Uji Simultan).....	60
3.9.	Tabel Rencana Waktu	60

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	62
4.2. Hasil Penelitian	62
4.2.1. Karakteristik Responden.....	63
4.2.2. Analisis Data Variabel X1	66
4.2.3. Analisis Data Variabel X2	72
4.2.4. Analisis Data Variabel Y	78
4.2.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	86
4.2.6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	89
4.2.7. Hasil Uji Koefisien Determinasi	90
4.2.8. Hasil Uji Hipotesis.....	91
4.3. Analisis atau Diskusi	93
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 103
5.1. Kesimpulan	103
5.2. Saran	104
5.2.1. Saran Praktis.....	104
5.2.2. Saran Teoritis.....	104
 DAFTAR PUSTAKA	 106
LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2. Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. Skala Likert	49
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X1	52
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel X2	52
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Y	53
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha.....	54
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1	55
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2	55
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	56
Tabel 11. Rencana Waktu Penelitian.....	61
Tabel 12. Jenis Kelamin Responden	63
Tabel 13. Usia Responden.....	64
Tabel 14. Pekerjaan Responden.....	65
Tabel 15. Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 1	67
Tabel 16. Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 2	67
Tabel 17. Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 3	68
Tabel 18. Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 4	68
Tabel 19. Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 5	69
Tabel 20. Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 6	70
Tabel 21. Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 7	70
Tabel 22. Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 8	71
Tabel 23. Hasil Kuesioner Variabel X1 Item Nomor 9	72
Tabel 24. Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 1	73
Tabel 25. Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 2	73
Tabel 26. Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 3	74
Tabel 27. Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 4	75
Tabel 28. Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 5	75
Tabel 29. Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 6	76
Tabel 30. Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 7	77

Tabel 31. Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 8	77
Tabel 32. Hasil Kuesioner Variabel X2 Item Nomor 9	78
Tabel 33. Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 1	79
Tabel 34. Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 2	80
Tabel 35. Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 3	80
Tabel 36. Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 4	81
Tabel 37. Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 5	81
Tabel 38. Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 6	82
Tabel 39. Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 7	83
Tabel 40. Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 8	83
Tabel 41. Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 9	84
Tabel 42. Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 10	84
Tabel 43. Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 11	85
Tabel 44. Hasil Kuesioner Variabel Y Item Nomor 12	86
Tabel 45. Hasil Uji Normalitas	87
Tabel 46. Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
Tabel 47. Hasil Uji Heteroskedastisitas	88
Tabel 48. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	89
Tabel 49. Hasil Uji Koefisien Determinasi	90
Tabel 50. Hasil Uji T (Uji Parsial)	91
Tabel 51. Hasil Uji F (Uji Simultan).....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Top Brand Award</i> Mie Instan.....	5
Gambar 2. <i>Brand ambassador</i> Internasional Mie Sedaap	6
Gambar 3. <i>Brand ambassador</i> Lokal Mie Sedaap.....	8
Gambar 4. Kerangka Berpikir	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	113
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi	113
Lampiran 3. Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir	114
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian	115
Lampiran 5. Data Variabel X1	122
Lampiran 6. Data Variabel X2	124
Lampiran 7. Data Variabel Y	126
Lampiran 8. Hasil Analisis Uji	128
Lampiran 9. Dokumentasi Penelitian.....	133
Lampiran 10. Lembar Perbaikan Skripsi	134
Lampiran 11. Hasil Cek Turnitin	137
Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup	138