



SKRIPSI

**PENGARUH KREDIBILITAS *BRAND AMBASSADOR* WILLIE SALIM
TERHADAP CITRA MEREK SHOPEE INDONESIA
(Studi Survey Terhadap *Followers* Akun Tiktok Shopee_Id)**

Disusun Oleh:

Saddam Ikram Maliek (2110411109)

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

Dosen Pembimbing:

Ratu Nadya W., S.Ikom., MM.

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

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Saddam Ikram Maliek

NIM : 2110411109

Program Studi: Ilmu Komunikasi

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

Jakarta,  September 2025

Yang Menyatakan



Saddam Ikram Maliek

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Nama : Saddam Ikram Maliek
NIM : 2110411109
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Willie Salim terhadap Citra Merek Shopee Indonesia (Studi Survey Terhadap *Followers* Akun Tiktok Shopee_Id)

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, mengalihmediakan, atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (data base), 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 : 1 November 2025

Yang menyatakan,



Saddam Ikram Maliek

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Saddam Ikram Maliek
NIM : 2110411109
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program : 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* WILLIE SALIM
TERHADAP CITRA MEREK SHOPEE INDONESIA
(Studi Survey Terhadap *Followers* Akun Tiktok Shopee_Id)**

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 : 1 November 2025

Yang Menyatakan



Saddam Ikram Maliek

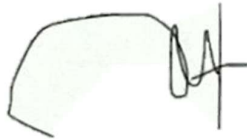
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Tugas akhir diajukan oleh:

Nama : Saddam Ikram Maliek
NIM : 2110411109
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Willie Salim
Terhadap Citra Merek Shopee Indonesia (Studi *Survey*
Terhadap *Followers* Akun TikTok @Shopee_id)

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal **6X** dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **TUGAS AKHIR** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing



Ratu Nadya W., S.Ikom., MM.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 15 Desember 2025

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Saddam Ikram Maliek
NIM : 2110411109
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : PENGARUH KREDIBILITAS *BRAND AMBASSADOR* WILLIE
SALIM TERHADAP CITRA MEREK SHOPEE INDONESIA

(Studi Survey Terhadap *Followers* Akun Tiktok Shopee_Id)

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.Ikom., M.M

Penguji 1



Windhi Tia Saputra, S.Sos., M.Si

Penguji 2



Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



Ujjanatunnisa, S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 15 Desember 2025

**PENGARUH KREDIBILITAS *BRAND AMBASSADOR* WILLIE SALIM
TERHADAP CITRA MEREK SHOPEE INDONESIA**

(Studi Survey Terhadap *Followers* Akun Tiktok Shopee_Id)

Saddam Ikram Maliek

ABSTRAK

Shopee merupakan salah satu platform *e-commerce* terbesar di dunia yang memainkan peran kunci dalam industri jual beli daring. Didirikan oleh SEA Group, Shopee berkembang pesat menjadi platform perdagangan digital yang digunakan oleh jutaan orang. Dalam dunia *e-commerce*, *brand ambassador* merupakan strategi penting untuk meningkatkan minat konsumen dan membentuk citra merek suatu perusahaan. Citra merek ini mencerminkan persepsi konsumen terhadap sebuah merek, yang berhubungan dengan sejauh mana mereka menyukai dan merasakan manfaat dari produk (Supriyanto & Ernawaty, 2010). Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu dan menganalisis pengaruh kredibilitas *brand ambassador* Willie Salim terhadap citra merek Shopee Indonesia (Studi Survei pada Pengikut TikTok Shopee_Id). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kredibilitas sumber (*source credibility theory*). Metode yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatori, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner daring yang disebarakan kepada 100 responden. Responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu menonton iklan Shopee Indonesia yang dibintangi Willie Salim dan mengikuti akun TikTok @shopee_id. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan kuat antara pengaruh kredibilitas *brand ambassador* dengan citra merek, dengan koefisien regresi sebesar 0,567, yang menunjukkan hasil positif. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai 82,4%, dan uji hipotesis menggunakan uji-t menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, Citra Merek, *E-commerce*, Shopee, Teori Kredibilitas Sumber

**THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR WILLIE SALIM'S
CREDIBILITY ON SHOPEE INDONESIA'S BRAND IMAGE**

(Survey Study of Shopee_ID TikTok Followers)

Saddam Ikram Maliek

ABSTRACT

Shopee is one of the world's largest e-commerce platforms, playing a key role in the online buying and selling industry. Founded by the SEA Group, it has rapidly grown into a digital commerce platform used by millions of people. Brand ambassadors are a crucial strategy in e-commerce to increase consumer interest and shape a company's brand image. This brand image reflects consumers' perceptions of a brand, which relates to the extent to which they like and perceive the benefits of the product (Supriyanto & Ernawaty (2010)). This study aims to find out and analyze the influence of Brand Ambassador Willie Salim's credibility on Shopee Indonesia brand image (Survey Study of Shopee_Id TikTok Followers). The theory used in this research is the source credibility theory. The method used is explanatory quantitative with data collection techniques through online questionnaires distributed to respondents who meet the research criteria, namely watch the Shopee Indonesia advertisement starring Willie Salim and follow the TikTok account shopee_id with a sample of 100 respondents. The results of this study indicate a strong relationship between the influence of brand ambassador credibility and brand image, with a regression coefficient of 0.567, indicating a positive result. The coefficient of determination test showed a value of 82,4%, and the hypothesis test using the t-test indicated that H1 was accepted and H0 was rejected.

Keywords: *Brand Ambassador, Brand Image, E-commerce, Shopee, Source Credibility Theory*

KATA PENGANTAR

Tahun ke tahun, bulan ke bulan, minggu ke minggu, hari ke hari, akhirnya tibalah saat pekerjaan besar itu selesai. Entah berapa emosi yang terbuang, berapa kekecewaan yang terpendam, berapa keprihatinan yang tersimpan, dan berapa harapan yang terenggam, mengiringi hari-hari penulisan karya besarku yang pertama ini. Puji serta Syukur ke hadirat Allah SWT, serta rasa terimakasih saya ucapkan kepada kedua orang tua saya, ibu Siti Mulyani dan Bapak AD Maliek yang senantiasa mendidik, memotivasi, mendukung, serta memberikan doa terbaik sehingga peneliti mampu untuk menyelesaikan skripsi dan mendapatkan gelar pertama peneliti. Penelitian yang berjudul **Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador Willie Salim Terhadap Citra Merek Shopee Indonesia (Studi Survey Terhadap Followers Akun Tiktok Shopee_Id)*** dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari selama proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bimbingan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos.,MA. Selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Ratu Nadya W., S.I.Kom, MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta masukan yang bermanfaat kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
4. Bapak Windhi Tia Saputra, M.Si selaku dosen penguji I dan Ibu Maria Febriana Christianti, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji II, yang telah memberikan saran dan kritik yang bermanfaat untuk penelitian ini.
5. Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang tidak dapat peneliti sebut satu persatu karena telah memberikan banyak ilmu dan masukan kepada peneliti.
6. Saudara kandung peneliti yakni, Muhammad Arkaan Malik yang selalu mendukung peneliti dalam menyusun serta menyelesaikan skripsi ini.
7. Faishal Ibnu Faqih, Hafizh Mumtaz, Rangga Ridianto Wiraputra, Muhammad Iqbal Hanif, Ichwan Abdillah Barri selaku teman peneliti dan sahabat terbaik

yang selalu memberikan energi positif dan menyenangkan selama perkuliaan dan selama penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.

8. Teman-teman “Proses” dan “Perkumpulan Pinang” yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang selalu menemani peneliti dalam menyusun skripsi ini sampai selesai.
9. Untuk seseorang yang tidak bisa disebutkan namanya, yang pernah setia menemani dan membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini. Meski pada akhirnya perjalanan ini harus diselesaikan sendiri, kehadirannya di masa lalu tetap menjadi bagian yang berarti dalam proses ini.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 1 November 2025

Saddam Ikram Maliek

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Akademik	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB 2	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Teori Penelitian	19
2.2.1 Teori Kredibilitas Sumber	19
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	20
2.2.3 E-Commerce.....	21
2.2.4 Citra Merek	22

2.2.5 <i>Brand Ambassador</i>	23
2.3 Alur Penelitian	24
2.4 Hipotesis Penelitian	26
BAB 3	27
METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Objek Penelitian.....	27
3.2 Jenis Penelitian.....	27
3.3 Metode Penelitian.....	27
3.4 Populasi dan Sampel	28
3.4.1 Populasi.....	28
3.4.2 Sampel	28
3.5 Teknik Pengumpulan data.....	29
3.5.1 Data Primer	29
3.5.2 Data Sekunder	30
3.6 Tabel Operasional.....	30
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
3.7.1 Uji Validitas.....	34
3.7.2 Hasil Uji Validitas	35
1. Uji Reliabilitas	36
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	37
3. Uji Korelasi.....	38
4. Regresi Linier Sederhana	38
5. Uji Koefisien Determinasi	39
6. Uji Hipotesis	39
3.8 Tabel Rencana Waktu	40
BAB 4	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.2 Hasil Penelitian	41
4.2.1 Karakteristik Responden.....	42
4.2.2 Hasil Analisis Data Variabel X (Kredibilitas <i>Brand Ambassador</i>)	43

4.2.3 Hasil dan Analisis Uji Data Variabel Y (Citra Merek Shopee Indonesia)	51
4.3 Hasil Analisis Data.....	56
4.3.1 Analisis Uji Korelasi.....	56
4.3.2 Analisis Uji Regresi Linier Sederhana.....	57
4.3.3 Analisis Uji Koefisien Determinasi	58
4.3.4 Analisis Uji Hipotesis	59
4.4 Pembahasan.....	61
BAB 5	65
KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	65
5.2.1 Saran Praktis	65
5.2.2 Saran Teoritis.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
RIWAYAT HIDUP.....	70
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Iklan Shopee dengan Willie Salim	5
Gambar 2. Profil TikTok Willie Salim	6
Gambar 3. Berita Willie Salim dengan Content Creator Tiktok Intan Lembata.....	7
Gambar 4. Alur Penelitian.....	25
Gambar 5. Willie Salim.....	44
Gambar 6. Komentar Pada Iklan Shopee Indonesia.....	47
Gambar 7. Iklan Shopee yang dibintangi oleh Willie Salim.....	48
Gambar 8. Komentar Followers Shopee Indonesia.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Kunjungan Marketplace di Indonesia Kuartal I sampai III Tahun 2023	2
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. Skala Likert.....	30
Tabel 4. Operasional Variabel X.....	30
Tabel 5. Operasional Variabel Y.....	32
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	35
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Y	36
Tabel 8. Tingkat Reliabilitas	37
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	37
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	37
Tabel 11. <i>Gender</i> Responden.....	42
Tabel 12. Umur Responden.....	42
Tabel 13. Pekerjaan Responden	42
Tabel 14. Pernyataan 1	43
Tabel 15. Pernyataan 2.....	43
Tabel 16. Pernyataan 3.....	44
Tabel 17. Pernyataan 4.....	45
Tabel 18. Pernyataan 5.....	45
Tabel 19. Pernyataan 6.....	46
Tabel 20. Pernyataan 7.....	46
Tabel 21. Pernyataan 8.....	47
Tabel 22. Pernyataan 9.....	48
Tabel 23. Pernyataan 10.....	49
Tabel 24. Pernyataan 11	49
Tabel 25. Pernyataan 12.....	50
Tabel 26. Pernyataan 13.....	50
Tabel 27. Pernyataan 14.....	51
Tabel 28. Pernyataan 15.....	51
Tabel 29. Pernyataan 16.....	52
Tabel 30. Pernyataan 16.....	52
Tabel 31. Pernyataan 17.....	53
Tabel 32. Pernyataan 18.....	53
Tabel 33. Pernyataan 19.....	54
Tabel 34. Pernyataan 20.....	54
Tabel 35. Pernyataan 21	56
Tabel 36. Hasil Uji Korelasi.....	57
Tabel 37. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	58
Tabel 38. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	59
Tabel 39. Hasil Uji Hipotesis	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	75
Lampiran 3. Hasil Uji.....	82
Lampiran 4. Hasil Plagiarisme.....	85