



Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Terhadap Sikap Konsumen *Brand Celine* (Kasus: Lalisa Manoban sebagai *Brand Ambassador*)

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

Nama: Silma Damayanti

NIM: 2110411233



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA



**SKRIPSI**

**PENGARUH KREDIBILITAS *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP SIKAP  
KONSUMEN *BRAND CELINE* (KASUS: LALISA MANOBAN SEBAGAI  
*BRAND AMBASSADOR*)**

**SILMA DAMAYANTI (2110411233)**

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

**2025**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Silma Damayanti

NIM : 2110411233

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, Mei 2023

Yang menyatakan,



Silma Damayanti

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Silma Damayanti  
NIM : 2110411233  
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* TERHADAP SIKAP KONSUMEN *BRAND CELINE* (KASUS: LALISA MANOBAN SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*)**

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 Desember 2025

Yang menyatakan,



Silma Damayanti

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Silma Damayanti  
NIM : 2110411233  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Terhadap Sikap  
Konsumen *Brand Celine* (Kasus: Lalisa Manoban Sebagai *Brand Ambassador*)

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



(Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.M., M.Si.)

Penguji 1



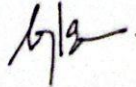
(Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom)

Penguji 2



(Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si.)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 9 Januari 2026

**Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Terhadap Sikap Konsumen *Brand Celine* (Kasus: Lalisa Manoban Sebagai *Brand Ambassador*)**

**SILMA DAMAYANTI**

**ABSTRAK**

Di era industri yang kini makin berkembang dengan pesat, Perusahaan bersaing agar dapat meningkatkan strategi pasar mereka yang bertujuan untuk mengembangkan bisnis atau *brand* mereka. Mereka akan terus mencari ide-ide yang unik serta berinovatif untuk memperluas jangkauan konsumen dan mengangkat citra *brand* lebih luas lagi salah satunya dengan menghadirkan *Brand Ambassador*. Hal ini yang dilakukan oleh *Brand Celine* yang menjadikan Lalisa Manoban sebagai *Brand Ambassador* mereka di tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pada kredibilitas *Brand Ambassador* terhadap sikap konsumen *brand*, dengan menggunakan teori kredibilitas sumber. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis eksplanatif, dan metode survei. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan total 100 responden yang mengisi kuesioner yang telah disebar secara online. Responden dari penelitian ini adalah pengguna *Brand Celine*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, serta uji hipotesis dengan menggunakan alat uji SPSS versi 31. Dari hasil data yang dikumpulkan, didapatkan hasil uji koefisien determinasi pengaruh kredibilitas *Brand Ambassador* sebesar 88,1% terhadap sikap konsumen *brand*. Nilai uji koefisien determinasi juga sejalan dengan uji hipotesis dengan adanya pengaruh yang signifikan antara kredibilitas *Brand Ambassador* terhadap sikap konsumen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang cukup besar dan signifikan antara kredibilitas *Brand Ambassador* terhadap sikap konsumen *brand*.

**Kata Kunci** : Kredibilitas *Brand Ambassador*, Lalisa Manoban, *Celine*, Sikap konsumen, Teori Kredibilitas Sumber.

***The Influence of Brand Ambassador Credibility on Celine Brand Consument  
Attitudes (Case: Lalisa Manoban as Brand Ambassador)***

**SILMA DAMAYANTI**

***ABSTRACT***

*In today's rapidly growing industrial era, companies are competing to enhance their market strategies with the goal of expanding their business and brand. One of the efforts made is by appointing a Brand Ambassador to represent the brand, in order to broaden consumer reach and elevate brand image. This is exemplified by the brand Celine, which has appointed Lalisa Manoban as their Brand Ambassador in 2020. This study aims to determine whether there is an influence of Brand Ambassador credibility on consument attitudes, using the source credibility theory. The research employs a quantitative approach, explanatory research type, and survey method. Data was collected from a total of 100 respondents, who are users of the Celine brand, through online questionnaires. The collected data were analyzed using simple linear regression, coefficient of determination test, and hypothesis test with the help of SPSS version 31. The results show that the coefficient of determination is 88,1%, indicating that Brand Ambassador credibility has very strong influence on consument attitude. This is supported by the hypothesis test result, with a significant influence between Brand Ambassador credibility and consumer attitudes. It can be concluded that there is a significant and substantial influence between Brand Ambassador credibility and consument attitudes.*

***Keywords:*** *Brand Ambassador credibility, Lalisa Manoban, Celine, Consument Attitude, Source Credibility Theory*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan nikmat, Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penelitian tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Adapun pembuatan skripsi dengan judul “Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Terhadap Sikap Konsumen *Brand Celine* (Kasus: Lalisa Manoban Sebagai *Brand Ambassador*)” yang bertujuan sebagai syarat untuk meraih gelar Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Selama penyusunan tugas akhir ini, penulis telah melalui perjalanan panjang dari segala arahan, bimbingan, serta dukungan yang tidak henti-hentinya dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan sepuh hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada banyak pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan tugas akhir skripsi, terutama kepada:

1. Ibu Dr. Kusumajanti, S.SOS., M.M., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membantu serta membimbing dengan penuh kesabaran dalam penyusunan skripsi.
2. Allah SWT atas segala karunia-Nya, yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, dan kesehatan kepada peneliti sehingga penelitian dapat berjalan dengan baik dan lancar.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta, yaitu Dr. S. Bkti Istiyanto, M. Si.
4. Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi UPN “Veteran Jakarta, yaitu Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., MA.
5. Ibu dan bapak, yang selalu memanjatkan doa yang terbaik buat penulis, yang selalu percaya akan kemampuan penulis, dan memberikan pendidikan terbaik untuk penulis. Seluruh kerja keras dan keringat ibu dan bapak menjadi motivasi penulis untuk memberikan yang terbaik.

6. Arida Eka, yang merupakan teman baik penulis di awal kuliah hingga sekarang. Yang selalu membantu, mendorong, serta memberikan energi positif kepada penulis. Dukungan dari beliau merupakan sesuatu yang penting bagi penulis untuk melanjutkan segala hal yang penulis ragu untuk lakukan.
7. Natasya Esa, teman baik penulis dari awal perkuliahan hingga sekarang yang selalu membantu penulis, memberikan informasi-informasi kepada penulis. Pendengar yang baik dan selalu bersedia mendengarkan keluh kesah penulis dengan kelembutan hatinya.
8. Nadira Maisa Fayyaza dan Annisa Raudhatul Jannah, teman baik penulis sejak masa Sekolah Menengah Pertama hingga saat ini yang selalu mendoakan penulis dan menguatkan penulis hingga di titik ini.
9. Semua pihak yang terlibat dalam perkuliahan hingga penyusunan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dan memohon maaf atas kekurangan yang terdapat pada tugas akhir ini. Penulis dengan senang hati menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun. Penulis juga berharap dalam penelitian ini dapat berkontribusi dalam perkembangan ilmu pada masa yang akan datang.

Jakarta, 1 Desember 2025



Silma Damayanti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b><i>ABSTRACT</i></b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Konsep Penelitian.....	20
2.2.1 <i>Brand Ambassador</i> .....	20
2.2.2 Media Sosial.....	22
2.2.3 Sikap konsumen.....	23
2.3 Teori Penelitian.....	24

2.3.1 Teori Kredibilitas Sumber ( <i>Source Credibility Theory</i> ) .....	24
2.4 Kerangka Berpikir.....	27
2.5 Hipotesis.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Objek Penelitian.....	29
3.2 Jenis Penelitian .....	29
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	30
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	30
3.4 Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1 Populasi.....	34
3.4.2 Sampel.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.5.1 Kuesioner .....	36
3.5.2 Observasi.....	36
3.5.3 Studi Pustaka .....	36
3.6 Sumber Data.....	37
3.6.1 Data Primer.....	37
3.6.2 Data Sekunder .....	37
3.7 Metode Analisis .....	38
3.7.1 Uji Validitas .....	38
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.7.3 Uji Koefisien Korelasi .....	43
3.7.4 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana .....	44
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi.....	44
3.8 Pengujian Hipotesis .....	45
3.9 Jadwal Penelitian .....	46
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.1.1 Karakteristik Responden.....	47

4.1.2 Kriteria Responden.....	48
4.1.3 Hasil Analisis Variabel X.....	48
4.1.4 Hasil Analisis Variabel Y.....	59
4.2 Analisis Penelitian.....	70
4.2.1 Hasil Uji Korelasi.....	70
4.2.2 Uji Regresi Linear Sederhana.....	71
4.2.3 Uji Koefisien Determinasi.....	73
4.2.4 Hasil Analisis Hipotesis Uji T.....	74
4.3 Hasil Penelitian.....	75
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>80</b>
5.2 Simpulan.....	80
5.3 Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel X.....	39
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Y.....	40
Tabel 3.3 Tingkat Reabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> .....	41
Tabel 3.3 Rincian Kegiatan Penelitian .....	46
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	47
Tabel 4.2 Skor Skala Likert Variabel X .....	48
Tabel 4.3 Pernyataan 1 .....	49
Tabel 4.4 Pernyataan 2 .....	50
Tabel 4.5 Pernyataan 3 .....	51
Tabel 4.6 Pernyataan 4 .....	52
Tabel 4.7 Pernyataan 5 .....	53
Tabel 4.8 Pernyataan 6 .....	55
Tabel 4.9 Pernyataan 7 .....	56
Tabel 4.10 Pernyataan 8 .....	57
Tabel 4.11 Pernyataan 9 .....	58
Tabel 4.12 Pernyataan 1 .....	59
Tabel 4.13 Pernyataan 2 .....	60
Tabel 4.14 Pernyataan 3 .....	61
Tabel 4.15 Pernyataan 4 .....	62
Tabel 4.16 Pernyataan 5 .....	63
Tabel 4.17 Pernyataan 6 .....	64
Tabel 4.18 Pernyataan 7 .....	65
Tabel 4.19 Pernyataan 8 .....	66
Tabel 4.20 Pernyataan 9 .....	67
Tabel 4.21 Pernyataan 10 .....	68
Tabel 4.22 Pernyataan 11 .....	69

Tabel 4.23 Hasil Uji Korelasi .....	71
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	72
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	73
Tabel 4.26 Hasil Analisis Uji Hipotesis Uji T .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo <i>Celine</i> .....	2
Gambar 1.2 Lalisa Manoban sebagai <i>Brand Ambassador</i> .....	4
Gambar 3.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X .....	42
Gambar 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	42

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner .....	84
Lampiran 2. Data Variabel X.....	89
Lampiran 3. Data Variabel Y.....	94
Lampiran 4. Hasil Uji.....	100