



Judul Tugas Akhir Skripsi:

**PENGARUH KREDIBILITAS *BRAND AMBASSADOR* JKT48 TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN KIN YOGURT (Survei pada Pengikut
Instagram @kindairyid)**

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

Nama : Abigail Febriannie

NIM : 2210411029



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

**PENGARUH KREDIBILITAS BRAND AMBASSADOR JKT48
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KIN YOGURT (Survei pada
Pengikut Instagram @kindairyid)**



Dosen Pembimbing:

Puri Bestari M., S.Hum., M.Si

Disusun oleh:

Abigail Febriannie

(2210411029)

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

2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Abigail Febriannie

NIM : 2210411029

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, April 2026

Yang menyatakan,



(Abigail Febriannie)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Abigail Febriannie
NIM : 2210411029
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* JKT48 TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KIN YOGURT (SURVEI PADA PENGIKUT INSTAGRAM @KINDAIRYID)

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 : 11 April 2026

Yang menyatakan,



(Abigail Febriannie)

PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Nama : Abigail Febriannie

NIM : 2210411029

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Kredibilitas *Brand Ambassador* JKT48 terhadap Minat Beli
Konsumen KIN Yogurt (Survei pada Pengikut Instagram @kindairyid)

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 : 11 April 2026

Yang menyatakan,



(Abigail Febriannie)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Abigail Febriannie
NIM : 2210411029
PROGRAM STUDI : SI Ilmu Komunikasi
JUDUL : Kredibilitas *Brand Ambassador* JKT48 terhadap Minat Beli
Konsumen KIN Yogurt (Survei pada Pengikut Instagram
@kindairyid)

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

(Puri Bestari M., S.Hum., M.Si)

Penguji 1

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

Penguji 2

(Anindita Lintangdesi A., M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 26 Juni 2016

**PENGARUH KREDIBILITAS *BRAND AMBASSADOR* JKT48 TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN KIN YOGURT (Survei pada Pengikut
Instagram @kindairyid)**

ABIGAIL FEBRIANNIE

ABSTRAK

Di tengah persaingan dalam dunia pemasaran digital yang semakin ketat, setiap *brand* akan mempunyai strategi untuk meningkatkan produk yang mereka tawarkan. Memilih menggunakan publik figur sebagai *brand ambassador* untuk mempromosikan produk adalah cara tepat agar menarik perhatian masyarakat. KIN Yogurt merupakan produk minuman sehat yang terkenal di Indonesia, salah satu *brand ambassador*-nya adalah JKT48. KIN Yogurt dan JKT48 melakukan kolaborasi untuk mempromosikan produk KIN di media sosial Instagram @kindairyid. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh kredibilitas *brand ambassador* JKT48 terhadap minat beli konsumen KIN Yogurt (Survei pada pengikut Instagram @kindairyid). Metode pada penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data adalah penyebaran kuesioner dengan rumus Taro Yamane. Hasil penelitian ditemukan bahwa kontribusi kredibilitas *brand ambassador* JKT48 terhadap minat beli konsumen KIN Yogurt sebesar 61,9%. Temuan ini sejalan pada Teori Kredibilitas Sumber (*Source Credibility Theory*) yang menyatakan bahwa pesan dapat berjalan efektif jika tingkat kredibilitas sumbernya tinggi. Sehingga semakin tinggi kredibilitas JKT48 yang meliputi kepercayaan, daya tarik dan keahlian maka semakin tinggi minat beli konsumen KIN Yogurt.

Kata kunci: Kredibilitas, *brand ambassador*, minat beli, konsumen, komunikasi pemasaran digital

***THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR JKT48'S CREDIBILITY ON
THE INTEREST OF BUYING KIN YOGURT CONSUMERS (Survey on
Instagram Followers @kindairyid)***

ABIGAIL FEBRIANNIE

ABSTRACT

In the midst of competition in the increasingly tight digital marketing world, every brand will have a strategy to improve the products they offer. Choosing to use public figures as brand ambassadors to promote products is the right way to attract public attention. KIN Yogurt is a famous healthy drink product in Indonesia, one of its brand ambassadors is JKT48. KIN Yogurt and JKT48 collaborate to promote KIN products on Instagram social media @kindairyid. This research aims to measure how much influence the credibility of JKT48 brand ambassador has on the purchase interest of KIN Yogurt consumers (Survey on Instagram followers @kindairyid). The method in this research is a quantitative approach with data collection techniques is the distribution of questionnaires with the Taro Yamane formula. The research results found that the credibility of JKT48 brand ambassador's contribution to the purchase interest of KIN Yogurt consumers was 61.9%. This finding is in line with the Source Credibility Theory (Source Credibility Theory) which states that messages can run effectively if the source's credibility level is high. So the higher the credibility of JKT48 which includes trust, attractiveness and expertise, the higher the interest in buying KIN Yogurt consumers.

Keywords: *Credibility, brand ambassador, buying interest, consumer, communication digital marketing*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas anugerah Tuhan yang tiada hentinya kepada penulis sehingga diberi kelancaran untuk menamatkan karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* JKT48 Terhadap Minat Beli Konsumen KIN Yogurt (Survei pada Pengikut Instagram @kindairyid)”. Skripsi ini menjadi syarat untuk kelulusan akademik dalam mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penulis tidak akan mampu menamatkan skripsi ini jika tidak adanya dukungan, bantuan, dan pemberian semangat dari pihak keluarga terkasih, dosen pembimbing, dosen penguji, teman seperjuangan, sahabat tercinta serta rekan-rekan yang telah berkontribusi memberi bantuan kepada penulis. Dengan hormat, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Orang tua saya, Mama Yannie Suryatni Oey, Papa Budiyanto dan Adik Michelle Agustiannie karena selalu membimbing, mendoakan, menyemangatkan dan memberi nasihat/masukkan kepada peneliti dalam berbagai keadaan.
2. Miss Puri Bestari M, S.Hum., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang sudah membantu peneliti melakukan penelitian dari awal sampai akhir, memberikan masukan dan semangat hingga lulus dengan predikat yang baik.
3. Ibu Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom selaku Dosen Penguji 1 dan Ibu Anindita Lintangdesi A., M.Si selaku Dosen Penguji 2 yang telah sabar menguji peneliti dan membantu untuk memperbaiki segala kekurangan yang ada dalam skripsi.
4. Alfin Berkat Pratama Zai, selaku orang terdekat peneliti yang sudah selalu mendukung senantiasa, mendoakan, memberikan solusi, membantu penyelesaian skripsi serta memberikan waktunya secara tulus kepada peneliti.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iv
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Akademik.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Komunikasi Pemasaran Digital.....	14
2.2 Media Sosial Instagram.....	15
2.3 Kredibilitas Brand Ambassador.....	16
2.3.1 Definisi Brand Ambassador.....	16
2.3.2 Dimensi Kredibilitas Brand Ambassador.....	16
2.3.3 Manfaat Brand Ambassador.....	17
2.4 Minat Beli Konsumen.....	18
2.4.1 Definisi Minat Beli Konsumen.....	18
2.4.2 Dimensi Minat Beli Konsumen.....	19
2.5 Keterkaitan Kredibilitas Brand Ambassador dengan Minat Beli Konsumen.....	20
2.6 Teori Kredibilitas Sumber.....	21
2.7 Kerangka Berpikir.....	22
2.8 Perumusan Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24

3.1 Objek Penelitian.....	24
3.2 Jenis Penelitian.....	24
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.4 Populasi dan Sampel.....	31
3.4.1 Populasi.....	31
3.4.2 Sampel.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Sumber Data.....	34
3.6.1 Data Primer.....	34
3.6.2 Data Sekunder.....	34
3.7 Metode Analisis.....	34
3.7.1 Uji Validitas.....	34
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.7.3 Uji Normalitas.....	39
3.7.4 Regresi Linear Sederhana.....	39
3.7.5 Koefisiensi Determinasi.....	40
3.7.6 Uji Hipotesis.....	40
3.8 Jadwal Penelitian.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	43
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Karakteristik Responden.....	44
4.2.2 Analisis Data Variabel X (Kredibilitas Brand Ambassador).....	46
4.2.3 Analisis Data Variabel Y (Minat Beli Konsumen).....	51
4.2.4 Hasil Uji Normalitas.....	60
4.2.5 Uji Regresi Linear Sederhana.....	60
4.2.6 Uji Koefisiensi Determinasi.....	62
4.2.7 Uji Hipotesis (T).....	63
4.3 Pembahasan.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	70
5.2.1 Saran Praktis.....	70
5.2.2 Saran Teoritis.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2025.....	2
Gambar 1.2 Fenomena Bentrok Fans vs Manajemen JKT48.....	4
Gambar 1.3 Brand KIN Yogurt di Instagram.....	6
Gambar 1.4 JKT48 sebagai Brand Ambassador KIN Yogurt.....	7
Gambar 4.1 Produk KIN Yogurt.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Berpikir.....	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.2 Skor Skala Likert.....	33
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	36
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	36
Tabel 3.5 Nilai Cronbach Alpha.....	38
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel X.....	38
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	39
Tabel 3.8 Jadwal Penelitian.....	42
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4.2 Usia Responden.....	45
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	46
Tabel 4.4 Pernyataan Variabel X.1.....	47
Tabel 4.5 Pernyataan Variabel X.2.....	47
Tabel 4.6 Pernyataan Variabel X.3.....	48
Tabel 4.7 Pernyataan Variabel X.4.....	49
Tabel 4.8 Pernyataan Variabel X.5.....	49
Tabel 4.9 Pernyataan Variabel X.6.....	50
Tabel 4.10 Nilai Mean Variabel X.....	50
Tabel 4.11 Pernyataan Variabel Y.1.....	52
Tabel 4.12 Pernyataan Variabel Y.2.....	52
Tabel 4.13 Pernyataan Variabel Y.3.....	53
Tabel 4.14 Pernyataan Variabel Y.4.....	53
Tabel 4.15 Pernyataan Variabel Y.5.....	54
Tabel 4.16 Pernyataan Variabel Y.6.....	55
Tabel 4.17 Pernyataan Variabel Y.7.....	55
Tabel 4.18 Pernyataan Variabel Y.8.....	56
Tabel 4.19 Pernyataan Variabel Y.9.....	56
Tabel 4.20 Pernyataan Variabel Y.10.....	57
Tabel 4.21 Pernyataan Variabel Y.11.....	58
Tabel 4.22 Pernyataan Variabel Y.12.....	58
Tabel 4.23 Nilai Mean Variabel Y.....	59
Tabel 4.24 Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.25 Hasil ANOVA Uji Regresi Linear Sederhana.....	61
Tabel 4.26 Hasil Coefficients Uji Regresi Linear Sederhana.....	61
Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	62
Tabel 4.28 Hasil Uji Hipotesis T.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan Skripsi (Tugas Akhir).....	76
Lampiran 2. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	76
Lampiran 3. Coding Book.....	77
Lampiran 4. Coding Sheet.....	83
Lampiran 5. Hasil Uji Analisis.....	86
Lampiran 6. Dokumentasi.....	87
Lampiran 7. Hasil Turnitin.....	89
Lampiran 8. Lembar Perbaikan Sidang Skripsi.....	90
Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup.....	91
Lampiran 10. Sertifikat.....	92