



Tugas Akhir Skripsi:

**PENGARUH PENGGUNAAN BTS SEBAGAI CELEBRITY  
ENDORSER MCDONALD'S TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK BTS MEAL**

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

Nama : Gabriela Margareth

NIM : 1810411216



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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Gabriela Margareth

NIM : 1810411216

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, 25 Juli 2022

Yang menyatakan,



10000  
REPUBLIK INDONESIA  
METERAI  
TEPEL  
34D76AJX9329 6A23

Gabriela Margareth

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Gabriela Margareth  
NIM : 1810411216  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : 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 PENGGUNAAN BTS SEBAGAI CELEBRITY ENDORSER  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK  
BTS MEAL**

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 : 25 Juli 2022

Yang menyatakan,



Gabriela Margareth

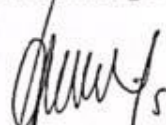
## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Gabriela Margareth  
NIM : 1810411216  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : PENGARUH PENGGUNAAN BTS SEBAGAI  
*CELEBRITY ENDORSER* MCDONALD'S TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
PRODUK BTS MEAL

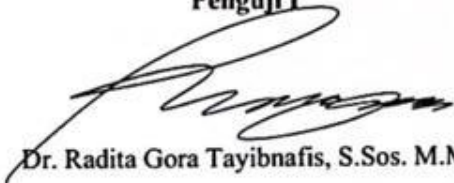
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

**Pembimbing I**



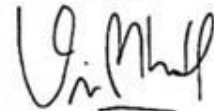
Windhi Fia Saputra, M.Si

**Penguji I**



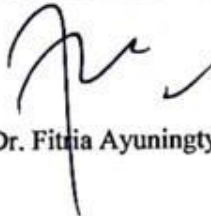
Dr. Radita Gora Tayibnafis, S.Sos. M.M

**Penguji II**



Vina Mahdalena, M.Si

**KETUA PROGRAM STUDI**



Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si

**Ditetapkan di : Jakarta**

**Tanggal Ujian : 11 Juli 2022**

**PENGARUH PENGGUNAAN BTS SEBAGAI CELEBRITY  
ENDORSER MCDONALD'S TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK BTS MEAL**

**GABRIELA MARGARETH**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh BTS sebagai *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk BTS Meal. Hal yang melatarbelakangi penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui adakah pengaruh dan seberapa besaran pengaruh BTS sebagai *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk BTS Meal. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Selective Influence*. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Koefisien korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,392. Hasil uji hipotesis (uji T) ditemukan t hitung sebesar 4,223 lebih dari t tabel sebesar 1,664 maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel penggunaan *celebrity endorser* terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi ditemukan sebesar 15,4% yang artinya terdapat pengaruh variabel penggunaan *celebrity endorser* terhadap variabel Y sebesar 15,4% dan sisanya sejumlah 84,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari penelitian.

Kata Kunci: Periklanan, *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian

***THE EFFECT OF USING BTS AS MCDONALD'S CELEBRITY  
ENDORSER ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON BTS  
MEAL PRODUCTS***

**GABRIELA MARGARETH**

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to examine the effect BTS as a celebrity endorser on consumer purchasing decisions on BTS Meal products. The background of this research is that researchers want to know whether there is an influence and how much influence the use of BTS as a McDonald's celebrity endorser on consumer purchasing decisions on BTS Meal products. The theory used in this research is Selective Influence Theory. This research uses a descriptive quantitative research approach. The data collection technique in this study used a purposive sampling technique by distributing questionnaires to 100 respondents. The correlation coefficient shows a value of 0.392. The results of hypothesis testing (T test) found t count of 4.223 more than t table of 1.664, it was concluded that there was an influence between the variables of using celebrity endorsers on purchasing decision variables. The results of the determination coefficient test were found to be 15.4%, which means that there is an influence of the variable using celebrity endorser on the Y variable by 15.4% and the remaining 84.6% is influenced by other factors outside of the study.*

*Keywords: Advertising, Celebrity Endorser, Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak September 2021 adalah Pengaruh Penggunaan BTS Sebagai *Celebrity Endorser* McDonald's Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk BTS Meal.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan semangat dari orang sekitar peneliti. Terima kasih peneliti ucapkan dengan tulus kepada:

1. Kedua orang tua peneliti, kakak peneliti, serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan doa kepada peneliti.
2. Mas Windhi Tia Saputra, M.Si selaku dosen pembimbing I skripsi dan Kak Vina Mahdalena, M.Si selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang diberikan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Seluruh teman-teman dan sahabat peneliti, khususnya Aldida, Novalita, Listy, Anne, Cindy, Revina, Melitania, Devi, dan Restika yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama berlangsungnya peneliti mengerjakan skripsi.

Demikian pengantar yang dapat peneliti sampaikan, semoga penelitian skripsi yang peneliti selesaikan ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca di kemudian hari.

Bogor, 20 Juni 2022



Gabriela Margareth

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II .....	12
TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Konsep Penelitian .....	12
2.1.1 Periklanan .....	12
2.1.2 Celebrity Endorser .....	14
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	17
2.1.4 Perilaku Konsumen .....	21
2.1.5 Teori <i>Selective Influence</i> .....	24
2.2 Kerangka Berpikir .....	27
2.2.1 Variabel Bebas .....	28
2.2.2 Variabel Terikat .....	28
2.2.3 Operasional Konsep Variabel .....	28
2.3 Hipotesis .....	30
BAB III .....	32
METODE PENELITIAN .....	32



3.1	Objek Penelitian .....	32
3.1.1	Populasi .....	32
3.1.2	Sampel.....	32
3.2	Jenis Penelitian.....	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4	Sumber Data.....	34
3.5	Teknik Analisis Data.....	35
3.5.1	Uji Validitas .....	35
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	38
3.5.3	Uji Korelasi .....	39
3.5.4	Analisis Regresi Sederhana.....	40
3.5.5	Uji Koefisien Determinasi .....	40
3.5.6	Uji Hipotesis .....	41
3.5.7	Analisis Faktor Konfirmatori (CFA).....	41
3.6	Tabel Rencana Waktu Penelitian .....	43
BAB IV .....		44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		44
4.1	Hasil Penelitian .....	44
4.1.1	Hasil Analisis Data.....	44
4.1.1.1	Gambaran Umum Responden.....	44
4.1.1.2	Analisis Pernyataan Variabel X.....	46
4.1.1.3	Analisis Pernyataan Variabel Y .....	59
4.1.2	Hasil Uji Korelasi.....	74
4.1.3	Hasil Uji Regresi Sederhana .....	75
4.1.4	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	76
4.1.5	Hasil Uji Hipotesis .....	77
4.1.6	Hasil Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) .....	78
4.2	Pembahasan.....	91
4.3	Studi Evaluasi Pasca Penarikan BTS Meal Di Jakarta.....	98
BAB V.....		102
KESIMPULAN DAN SARAN.....		102
5.1	Kesimpulan .....	102
5.2	Saran .....	102
a.	Saran Praktis.....	103

b.  Saran Teoritis .....	103
DAFTAR PUSTAKA .....	104
LAMPIRAN .....	108

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. Tipe-Tipe Perilaku Pembelian Konsumen</b> .....	18
<b>Tabel 2. Operasional Konsep Variabel X dan Y</b> .....	28
<b>Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel X</b> .....	36
<b>Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Y</b> .....	37
<b>Tabel 5. Nilai Cronbach's Alpha</b> .....	38
<b>Tabel 6. Rencana Waktu Penelitian</b> .....	43
<b>Tabel 7. Jenis Kelamin Responden</b> .....	44
<b>Tabel 8. Usia Responden</b> .....	45
<b>Tabel 9. Status/Pekerjaan Responden</b> .....	46
<b>Tabel 10. Pernyataan 1 (X1)</b> .....	47
<b>Tabel 11. Pernyataan 2 (X2)</b> .....	48
<b>Tabel 12. Pernyataan 3 (X3)</b> .....	48
<b>Tabel 13. Pernyataan 4 (X4)</b> .....	49
<b>Tabel 14. Pernyataan 5 (X5)</b> .....	50
<b>Tabel 15. Pernyataan 6 (X6)</b> .....	50
<b>Tabel 16. Pernyataan 7 (X7)</b> .....	51
<b>Tabel 17. Pernyataan 8 (X8)</b> .....	52
<b>Tabel 18. Pernyataan 9 (X9)</b> .....	52
<b>Tabel 19. Pernyataan 10 (X10)</b> .....	53
<b>Tabel 20. Pernyataan 11 (X11)</b> .....	54
<b>Tabel 21. Pernyataan 12 (X12)</b> .....	54
<b>Tabel 22. Pernyataan 13 (X13)</b> .....	55
<b>Tabel 23. Pernyataan 14 (X14)</b> .....	56
<b>Tabel 24. Pernyataan 15 (X15)</b> .....	56
<b>Tabel 25. Pernyataan 16 (X16)</b> .....	57
<b>Tabel 26. Pernyataan 17 (X17)</b> .....	57
<b>Tabel 27. Pernyataan 18 (X18)</b> .....	58
<b>Tabel 28. Pernyataan 1 (Y1)</b> .....	59
<b>Tabel 29. Pernyataan 2 (Y2)</b> .....	60
<b>Tabel 30. Pernyataan 3 (Y3)</b> .....	61
<b>Tabel 31. Pernyataan 4 (Y4)</b> .....	61

<b>Tabel 32. Pernyataan 5 (Y5)</b> .....	62
<b>Tabel 33. Pernyataan 6 (Y6)</b> .....	63
<b>Tabel 34. Pernyataan 7 (Y7)</b> .....	63
<b>Tabel 35. Pernyataan 8 (Y8)</b> .....	64
<b>Tabel 36. Pernyataan 9 (Y9)</b> .....	65
<b>Tabel 37. Pernyataan 10 (Y10)</b> .....	65
<b>Tabel 38. Pernyataan 11 (Y11)</b> .....	66
<b>Tabel 39. Pernyataan 12 (Y12)</b> .....	67
<b>Tabel 40. Pernyataan 13 (Y13)</b> .....	67
<b>Tabel 41. Pernyataan 14 (Y14)</b> .....	68
<b>Tabel 42. Pernyataan 15 (Y15)</b> .....	69
<b>Tabel 43. Pernyataan 16 (Y16)</b> .....	69
<b>Tabel 44. Pernyataan 17 (Y17)</b> .....	70
<b>Tabel 45. Pernyataan 18 (Y18)</b> .....	71
<b>Tabel 46. Pernyataan 19 (Y19)</b> .....	71
<b>Tabel 47. Pernyataan 20 (Y20)</b> .....	72
<b>Tabel 48. Pernyataan 21 (Y21)</b> .....	73
<b>Tabel 49. Pernyataan 22 (Y22)</b> .....	73
<b>Tabel 50. Hasil Nilai Measure of Sampling Adequacy Variabel X</b> .....	79
<b>Tabel 51. Hasil Nilai Measure of Sampling Adequacy Variabel X</b> .....	81
<b>Tabel 52. Hasil Nilai Measure of Sampling Adequacy Variabel X</b> .....	82
<b>Tabel 53. Hasil Nilai Measure of Sampling Adequacy Variabel Y</b> .....	86

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. BTS Era Album Wings 2016.....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 2. Poster BTS Meal .....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 3. Poster BTS Meal .....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 4. Poster BTS Meal .....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 5. Bagan Kerangka Berpikir.....</b>	<b>27</b>
<b>Gambar 6. Hubungan Antar Variabel.....</b>	<b>28</b>
<b>Gambar 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 9. Model Analisis Faktor Konfirmatori Dua Faktor .....</b>	<b>42</b>
<b>Gambar 10. Hasil Uji Korelasi.....</b>	<b>74</b>
<b>Gambar 11. Hasil Uji Regresi Sederhana .....</b>	<b>75</b>
<b>Gambar 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....</b>	<b>76</b>
<b>Gambar 13. Hasil Uji T .....</b>	<b>77</b>
<b>Gambar 14. Hasil Uji KMO and Bartlett's Test Variabel X .....</b>	<b>79</b>
<b>Gambar 15. Hasil Uji KMO and Bartlett's Test Variabel X .....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 16. Hasil Uji KMO and Bartlett's Test Variabel X .....</b>	<b>82</b>
<b>Gambar 17. Nilai Communalities Variabel X .....</b>	<b>83</b>
<b>Gambar 18. Hasil Scree Plot Variabel X .....</b>	<b>84</b>
<b>Gambar 19. Hasil Rotated Component Matrix Variabel X.....</b>	<b>84</b>
<b>Gambar 20. Hasil Uji KMO and Bartlett's Test Variabel Y .....</b>	<b>86</b>
<b>Gambar 21. Hasil Communalities Variabel Y.....</b>	<b>87</b>
<b>Gambar 22. Hasil Scree Plot Variabel Y .....</b>	<b>88</b>
<b>Gambar 23. Hasil Rotated Component Matrix Variabel Y .....</b>	<b>89</b>
<b>Gambar 24. Grafik Nilai Rata-Rata Setiap Dimensi (X) .....</b>	<b>93</b>
<b>Gambar 25. Grafik Nilai Rata-Rata Setiap Dimensi (Y) .....</b>	<b>94</b>