

**ANALISIS PENGARUH *ENDORSEMENT* DAN *VIEWERS*
TERHADAP KREDIBILITAS *YOUTUBERS***

**Skripsi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi
(S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:
Faradhita Delicia Savira
NPM: 12 03 19486**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA,
2016**

Skripsi

PENGARUH *ENDORSEMENT* DAN *VIEWERS*
TERHADAP KREDIBILITAS *YOUTUBERS*

Skripsi

**ANALISIS PENGARUH *ENDORSEMENT* DAN *VIEWERS*
TERHADAP KREDIBILITAS *YOUTUBERS***

NPM : 12 03 19486

telah dipertahankan di departemen Pendidikan pada tanggal 19 Juli 2016 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1)

Disusun oleh:

FARADHITA DELICIA SAVIRA

NPM: 12 03 19486

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Drs. Gunawan Jiwanto, MBA

23 Mei 2016

Skripsi

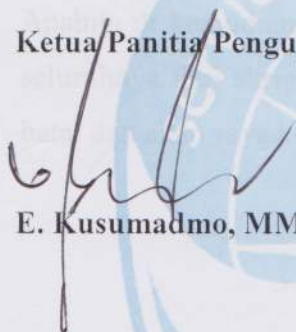
**PENGARUH *ENDORSEMENT* DAN *VIEWERS*
TERHADAP KREDIBILITAS *YOUTUBERS***

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh:
FARADHITA DELICIA SAVIRA
NPM : 12 03 19486

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 19 Juli 2016 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1) Program Studi Manajemen

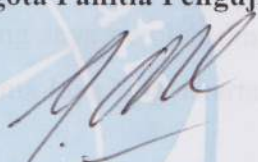
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua/Panitia Penguji



E. Kusumadmo, MM., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Drs. Gunawan Jiwanto, MBA




Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Yogyakarta, 20 Juli 2016

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH *ENDORSEMENT* DAN *VIEWERS* TERHADAP KREDIBILITAS *YOUTUBERS*

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 23 Mei 2016

Yang menyatakan



Faradhita Delicia Savira

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH *ENDORSEMENT* DAN *VIEWERS* TERHADAP KREDIBILITAS *YOUTUBERS*.”**

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jenjang pendidikan Strata Satu Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir, dapat diselesaikan karena adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberkati dan memberikan segala rahmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. *“God is Good all the time, all the time God is Good”*
2. Bapak Gunawan Jiwanto, Drs., MBA., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan serta memberikan kritik dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kedua orang tua; papi Aries dan mami Liana serta koko tercinta, Christa yang tidak lelah memberikan perhatian dan kepercayaan serta dukungan moril dan materiil untuk menyelesaikan skripsi ini.


4. Seluruh dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta beserta staff.
5. Seseorang yang terkasih, Andre Ian Stephens terima kasih atas dukungan, cinta, kasih sayang, dan kesabaran dalam menemani, membantu, dan mendengarkan berbagai keluh kesah penulis atas skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat terkasih dan terbaik sekaligus teman seperjuangan penulis, Jessica Benedicta, Laura Roslina, Andi Oki, Elisabeth Venny, Bagas Permana, dan Mellyta Karunia yang telah mendukung dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi, semoga persahabatan terjalin selamanya dan semua menjadi orang sukses di masa depan.
7. Teman-teman Asisten Laboratorium Universitas Atma Jaya Yogyakarta, terima kasih atas bantuan, dukungan, dan motivasinya yang menjadi cambuk dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman Badan Perwakilan Mahasiswa dan komisi 6 (Vander, Grace, Siska, Nana, Hilga, Efraim, Wenwen), atas kebersamaannya.
9. Teman-teman KKN (Ian, Laura, Danny, Wifan, Gio, Markwin, Lia), atas kebersamaannya dan kenangan yang luar biasa indah.
10. Teman-teman kelompok bulu tangkis (Ronald, Ahok, Sebastian, Billy, Bhatara, Thomson, Yoseph, Ardi, Erwin, Arvien, Ervien, Jodi, dan Rivando), atas kebersamaannya selama ini.
11. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan serta dukungan yang telah diberikan.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan bermanfaat bagi terciptanya kesempurnaan skripsi ini. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 23 Mei 2016

Faradhita Delicia Savira

MOTTO DAN PERSEMBAHAN



“IF WE CAN DO IT NOW,
WHY TOMORROW?”

“DALAM BEKERJA DIPERLUKAN KETEKUNAN DAN
KERJA KERAS UNTUK MEMPEROLEH HASIL
MAKSIMAL”

(Mami)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Penelitian.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1. Pemasaran.....	9
2.2. Bauran Pemasaran.....	10
2.3. Periklanan.....	11
2.4. Fungsi Periklanan.....	12
2.5. Strategi Periklanan Kreatif.....	13
2.6. Endorsement.....	14
2.7. Kredibilitas Selebriti.....	16
2.8. Viewers.....	17
2.9. Kerangka Penelitian.....	18
2.10. Penelitian Terdahulu.....	18

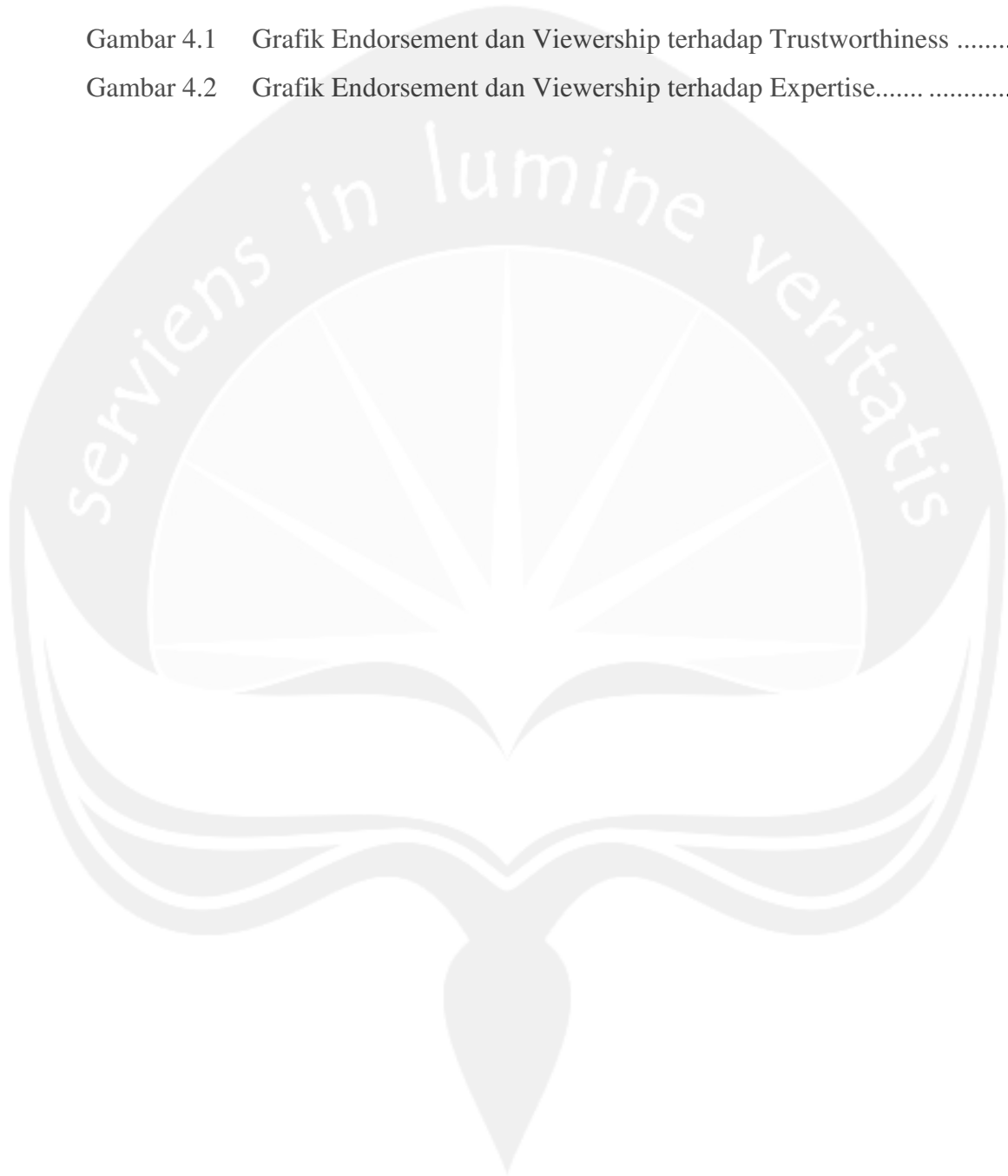
	2.11. Hipotesis	21
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	24
	3.1. Bentuk, Tempat, dan Waktu Penelitian	24
	3.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	24
	3.3. Metode Pengumpulan Data	25
	3.4. Metode Pengujian Instrumen	27
	3.4.1. Uji Validitas	27
	3.4.2. Uji Reliabilitas	27
	3.5. Metode Analisis Data	28
	3.5.1. Two Way ANOVA	28
BAB IV	ANALISIS DATA	29
	4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	30
	4.1.1. Uji Validitas	30
	4.1.2. Uji Reliabilitas	32
	4.2. Two Way ANOVA	33
	4.2.1. ANOVA Endorsement dan Viewership pada Trustworthy.....	33
	4.2.2. ANOVA Endorsement dan Viewership pada Expertise	37
	4.3. Hipotesis dan Diskusi	40
BAB V	PENUTUP.....	45
	5.1. Kesimpulan	45
	5.2. Implikasi Manajerial	45
	5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran	50
	DAFTAR PUSTAKA	51
	LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas	32
Tabel 4.3	Deskriptif Statistik antara Endorsement dan Viewership pada Trustworthiness	33
Tabel 4.4	Efek Endorsement dan Viewership pada Trustworthiness	34
Tabel 4.5	Kriteria Pengujian Hipotesis	34
Tabel 4.6	Deskriptif Statistik antara Endorsement dan Viewership pada Expertise	37
Tabel 4.7	Efek Endorsement dan Viewership pada Expertise	38
Tabel 4.8	Kriteria Pengujian Hipotesis	38
Tabel 4.9	Rangkuman Kesimpulan Hipotesis.....	43
Tabel 4.10	Perbedaan Jumlah Responden dalam setiap Kelompok.....	44

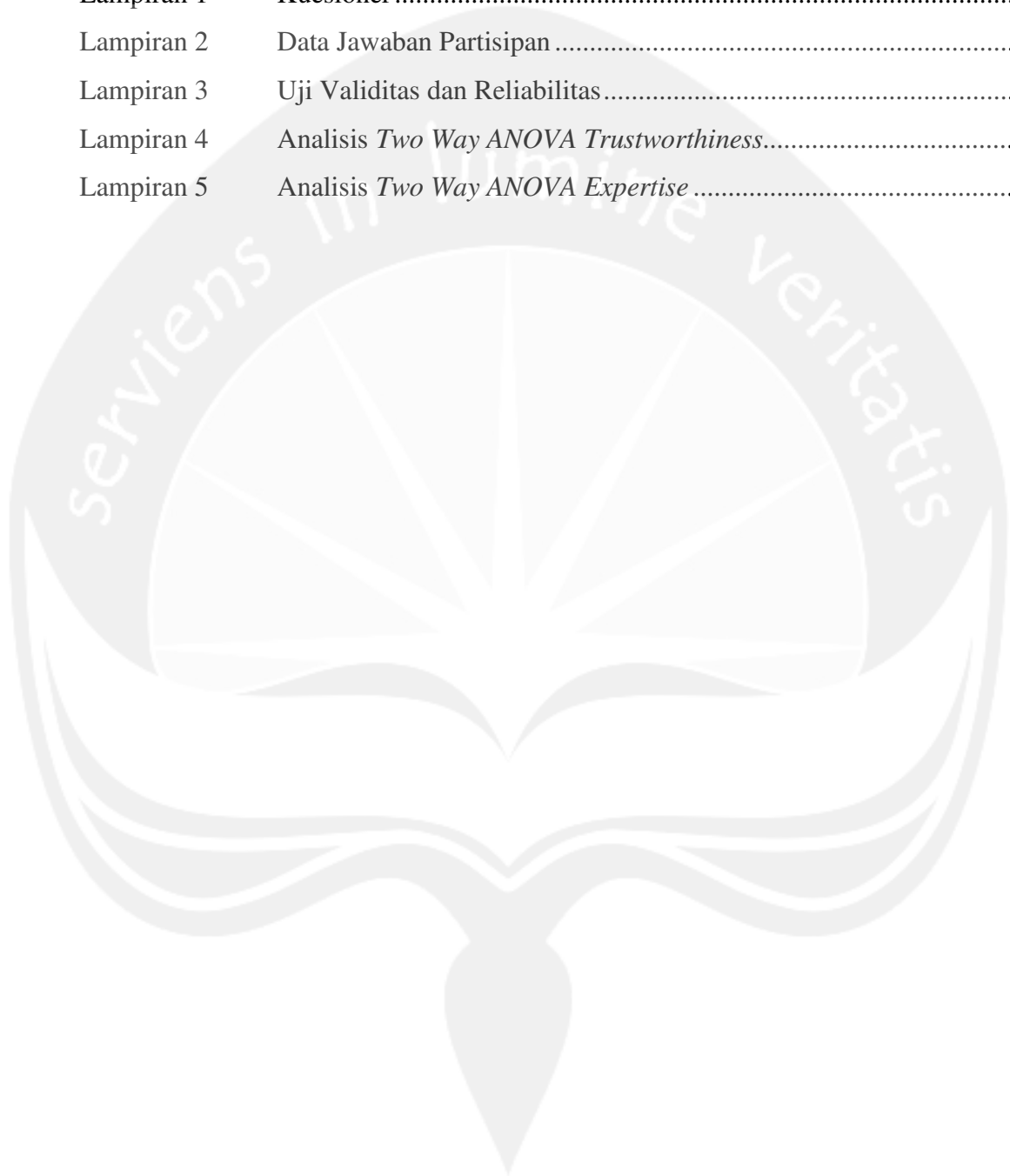
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Grafik Endorsement dan Viewership terhadap Trustworthiness	36
Gambar 4.2	Grafik Endorsement dan Viewership terhadap Expertise.....	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	55
Lampiran 2	Data Jawaban Partisipan	59
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas	69
Lampiran 4	Analisis <i>Two Way ANOVA Trustworthiness</i>	71
Lampiran 5	Analisis <i>Two Way ANOVA Expertise</i>	74



ANALISIS PENGARUH *ENDORSEMENT* DAN *VIEWERS* TERHADAP KREDIBILITAS *YOUTUBERS*

Disusun oleh:

Faradhita Delicia Savira

NPM: 12 03 19486

Pembimbing

Gunawan Jiwanto, Drs., MBA.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis dampak *endorsement* dan *viewers* terhadap kredibilitas *youtubers*. Data primer diperoleh melalui survei dengan *online* maupun *offline* kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan membagikan kuesioner kepada 200 partisipan, dimana partisipan tersebut dibagi dalam 4 kelompok penelitian. Partisipan yang dipilih dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *random sampling*.

Alat analisis yang digunakan adalah *Two Way ANOVA* dengan bantuan SPSS versi 17. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seorang *YouTubers* yang tidak di *endorse* dianggap kurang memiliki keahlian dibandingkan seorang *YouTubers* yang di *endorse* namun seorang *YouTubers* yang tidak melakukan *endorsement* lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan *YouTubers* yang di *endorse*. Disamping itu seorang *YouTubers* dengan *viewers* rendah lebih dapat dipercaya dibandingkan seorang *YouTubers* dengan *viewers* tinggi, namun *YouTubers* dengan *viewer* rendah dianggap kurang memiliki keahlian. Sedangkan tidak ada pengaruh interaksi antara *endorsement* dan *viewers* terhadap *expertise* maupun *trustworthiness*.

Kata kunci : *Endorsement, Viewership, Kredibilitas Selebriti, Expertise, Trustworthiness*