

**PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER* CHOI  
SIWON TERHADAP MINAT BELI PRODUK MIE SEDAAP  
KOREAN SPICY SERIES**  
(Studi Eksplanatif pada *Followers* Akun Instagram Mie Sedaap)



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**NABILA LATRANITA**

**150905826**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* Choi Siwon Terhadap Minat Beli  
Produk Mie Sedaap Korean Spicy Series  
(Studi Eksplanatif Pada Followers Akun Instagram Mie Sedaap)

### SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar

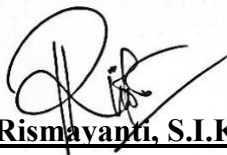
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

Nabila Latranita

150905826

disetujui oleh :



**Rebekka Rismayanti, S.I.Kom, M.A.**

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* Choi Siwon Terhadap  
Minat Beli Produk Mie Sedaap Korean Spicy Series  
(Studi Eksplanatif Pada *Followers* Akun Instagram Mie Sedaap)  
Penyusun : Nabila Latranita  
NPM : 150905826

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan  
pada

Hari / Tanggal : Kamis, 24 Maret 2022

Pukul : 10:00 WIB

Tempat : Daring (Zoom)

### TIM PENGUJI

**Desideria Cempaka Wijaya M. S.Sos, M.A., Ph.D.**

Penguji Utama



**Rebekka Rismayanti, S.I.Kom, M.A.**

Penguji I



**Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si.**

Penguji II



**Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.**

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Latranita

NPM : 150905826

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* Choi Siwon Terhadap Minat Beli Produk Mie Sedaap Korean Spicy Series  
(Studi Eksplanatif Pada *Followers* Akun Instagram Mie Sedaap)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, Maret 2022

Saya yang menyatakan,



Nabila Latranita

## KATA PENGANTAR

Terima kasih dan Puji Syukur kepada Tuhan yang telah memberikan berkat, kesehatan, dan kesempatan, untuk peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dan masa studi. Peneliti juga ingin mengucapkan syukur dan terima kasih kepada orang-orang yang membantu dan menjadi penyemangat peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Secara khusus, peneliti ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih telah hadir membantu dan menyemangati peneliti kepada:

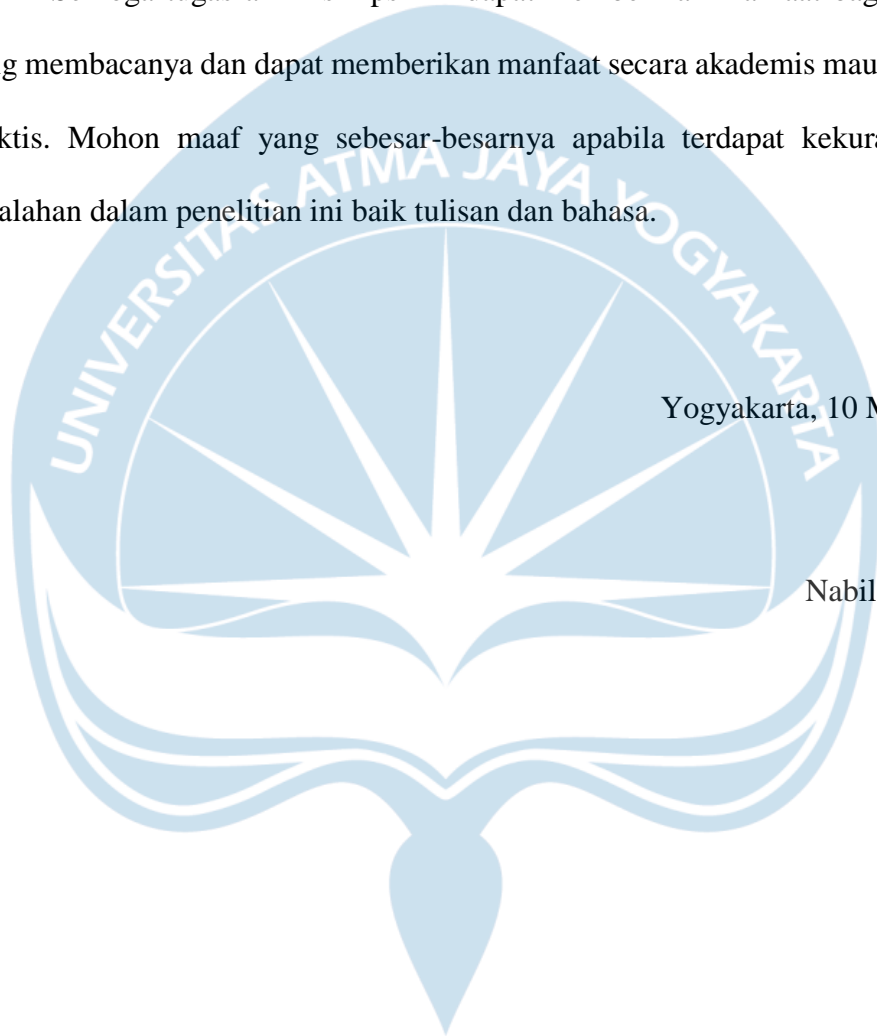
1. Tuhan Yang Maha Segalanya, yang selalu memberikan berkat, kesehatan, kesempatan dan selalui menyertai peneliti dalam proses pembuatan tugas akhir.
2. Keluarga peneliti, Papa, Mama, Abang-abang dan seluruh anggota keluarga peneliti yang selalu mendukung peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Mbak Rebekka Rismayanti S.I.Kom, M.A. selaku dosen pembimbing peneliti yang senantiasa membimbing peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
4. 397 responden yang telah meluangkan waktunya dan bersedia membantu peneliti dalam mengisi kuesioner sebagai data yang diperlukan peneliti.
5. Teman-teman peneliti, Dervia, Hillary, Isabella, Windy, Echi, selaku teman peneliti yang selalu mendukung dan membantu peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Semua orang yang selalu menanyakan peneliti kapan lulus, terima kasih karena peneliti menjadi selalu teringat untuk segera menyelesaikan masa studi peneliti.

Semoga tugas akhir skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya dan dapat memberikan manfaat secara akademis maupun secara praktis. Mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penelitian ini baik tulisan dan bahasa.

Yogyakarta, 10 Maret 2022

Nabila Latranita



## ABSTRAKSI

### **Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* Choi Siwon Terhadap Minat Beli Produk Mie Sedaap Korean Spicy Series (Studi Eksplanatif Pada Followers Akun Instagram Mie Sedaap)**

Adanya periklanan sebagai alat komunikasi pemasaran membuat banyak perusahaan menginginkan produk yang mereka jual semakin dikenal oleh konsumen dan salah satu cara yang bisa digunakan pemasar untuk semakin menarik perhatian konsumen adalah dengan menggunakan alat bantu *celebrity endorser*. Alat pendukung periklanan seperti *celebrity endorser* dengan kredibilitasnya dipercaya dapat mendorong minat beli konsumen terhadap produk Mie Sedaap Korean Spicy Series.

Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei yang bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh kredibilitas *celebrity endorser* Choi Siwon terhadap minat beli produk Mie Sedaap Korean Spicy Series. Data primer didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu pengikut akun Instagram Mie Sedaap. Data yang didapat dianalisis dengan menggunakan metode koefisien korelasi dan metode analisis regresi.

Hasil penelitian didapatkan kredibilitas *celebrity endorser* Choi Siwon memberikan pengaruh terhadap memunculkan minat beli konsumen pada produk Mie Sedaap Korean Spicy Series. Hipotesis penelitian dinyatakan diterima bahwa kredibilitas *celebrity endorser* berpengaruh terhadap minat beli produk Mie Sedaap Korean Spicy Series.

Kata Kunci: Kredibilitas *Celebrity Endorser*, Minat Beli, Komunikasi Pemasaran.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	12
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	13
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	13
1. Manfaat Akademis .....	13
2. Manfaat Praktis .....	13
<b>E. Kerangka Teori</b> .....	13
1. Komunikasi Pemasaran .....	13
2. Periklanan ( <i>Advertising</i> ).....	17
3. <i>Celebrity Endorser</i> .....	19
4. Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	20
5. Media Sosial.....	23
6. Respon Kognitif ( <i>Cognitive Response</i> ).....	25
7. Minat Beli .....	26
<b>F. Kerangka Konsep</b> .....	28
1. Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i> (X).....	28
2. Minat Beli (Y).....	30
<b>G. Hipotesis</b> .....	32
<b>H. Definisi Operasional</b> .....	32
1. Variabel Bebas (X).....	41
2. Variabel Terikat (Y).....	44



<b>I. Metodologi Penelitian</b> .....	47
1. Jenis Penelitian.....	47
2. Metode Penelitian.....	47
3. Populasi dan Sample .....	48
4. Pengumpulan Data .....	49
5. Teknik Pengukuran Data .....	50
6. Metode Pengujian Instrumen.....	50
7. Metode Analisa Data.....	57
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN</b> .....	62
<b>BAB III TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	66
<b>A. Temuan Data</b> .....	66
1. Distribusi Frekuensi .....	66
2. Tendensi Sentral Mean.....	82
3. Analisis Koefisien Korelasi.....	84
4. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	86
<b>B. Pembahasan</b> .....	89
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	99
<b>A. Kesimpulan</b> .....	99
<b>B. Saran</b> .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	104
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Merek dan Total Pangsa Pasar Mie Instan.....	7
Tabel 1. 2. Definisi Operasional .....	32
Tabel 1. 3. Uji Validitas Variabel Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	52
Tabel 1. 4. Uji Validitas Variabel Minat Beli .....	54
Tabel 1. 5. Uji Reliabel Variabel .....	57
Tabel 3. 1. Distribusi Frekuensi Kualifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 3. 2. Distribusi Frekuensi Kualifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan..	67
Tabel 3. 3. Distribusi Frekuensi Kualifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	68
Tabel 3. 4 Distribusi Frekuensi Variabel Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	69
Tabel 3. 5 Hasil Analisis Distribusi Frekuensi Variabel Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	76
Tabel 3. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli .....	76
Tabel 3. 7 Hasil Analisis Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli .....	82
Tabel 3. 8 Mean Variabel Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	83
Tabel 3. 9. Mean Variabel Minat Beli.....	83
Tabel 3. 10 Hasil Uji Korelasi.....	85
Tabel 3. 11 Model Summary.....	87
Tabel 3. 12 ANOVA .....	87
Tabel 3. 13 Coefficients .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Model Komunikasi Duncan (Duncan, 2008). .....15



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabel Frekuensi Responden

Lampiran 3. Tabel Frekuensi Variabel Kredibilitas Celebrity Endorser

Lampiran 4. Tabel Frekuensi Variabel Minat Beli

