

BAB III

TEMUAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini peneliti akan memaparkan dan menjelaskan temuan data yang telah didapat dari kuesioner yang sudah disebarakan peneliti secara daring dengan menggunakan *google form* kepada 409 responden yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti, kemudian data yang sudah didapatkan tersebut diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistics*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kredibilitas Ahsan dan Hendra sebagai *brand ambassador* Waroeng Steak and Shake dalam mempengaruhi minat beli konsumen untuk membeli produk Waroeng Steak and Shake.

Berikut adalah deskripsi variabel, analisis regresi sederhana, pembahasan serta analisis yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan data yang sudah didapatkan. Deskripsi variabel untuk memaparkan gambaran tentang karakteristik variabel, serta regresi sederhana untuk melihat hubungan antar variabel yang diteliti, sedangkan analisis regresi sederhana untuk melihat seberapa besar pengaruh dari kredibilitas Ahsan dan Hendra sebagai *brand ambassador* terhadap minat beli produk Waroeng Steak and Shake

A. Deskripsi Variabel Kredibilitas

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan analisis distribusi frekuensi yang berguna untuk melihat penyebaran presentase dan frekuensi (Bungin, 2005:181). Pada penelitian ini terdapat 15 pernyataan yang dijabarkan pada beberapa tabel. Berikut adalah distribusi frekuensi dari jawaban

responden atas pernyataan-pernyataan variabel kredibilitas dari kuesioner yang sudah disebarkan.

Dimensi *Trustworthiness*

Dimensi *trustworthiness* merupakan dimensi pertama dari variabel kredibilitas yang akan dijabarkan. Dimensi ini terdiri dari lima pernyataan yang diajukan peneliti kepada responden yang bertujuan untuk mengukur kejujuran, ketulusan, keterandalan, kepercayaan, serta tanggung jawab dari Ahsan dan Hendra. Berikut adalah penjabaran jawaban dari responden atas pernyataan-pernyataan dari dimensi *trustworthiness*.

TABEL 5
Penilaian sifat jujur Ahsan dan Hendra

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	114	27.9	27.9	27.9
	Sangat Setuju	295	72.1	72.1	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan pertama dari dimensi *trustworthiness*, yaitu “Seberapa Jujur Sifat atau Karakter dari Ahsan dan Hendra”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 295 responden dengan presentase sebesar 72,1% menjawab sangat setuju, kemudian disusul oleh 114 responden dengan presentase sebesar 27,9% yang menjawab setuju pada pernyataan tersebut.

TABEL 6

Penilaian sifat tulus Ahsan dan Hendra

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.2	.2	.2
	Setuju	148	36.2	36.2	36.4
	Sangat Setuju	260	63.6	63.6	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan kedua dari dimensi *trustworthiness*, yaitu “Seberapa tulus sifat atau karakter dari Ahsan dan Hendra”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 260 responden dengan presentase sebesar 63,6% menjawab sangat setuju, sedangkan 148 responden dengan presentase sebesar 36,2% menjawab setuju dan satu responden dengan presentase sebesar 0,02% menjawab tidak setuju pada pernyataan tersebut.

TABEL 7

Penilaian kepercayaan kepada Ahsan dan Hendra

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	.5	.5	.5
	Setuju	149	36.4	36.4	36.9
	Sangat Setuju	258	63.1	63.1	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan ketiga dari dimensi *trustworthiness*, yaitu “Seberapa bisa dipercaya Ahsan dan Hendra”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 258 responden

dengan presentase sebesar 63,1% menjawab sangat setuju, kemudian diikuti oleh 149 responden dengan presentase sebesar 36,4% menjawab setuju dan dua responden dengan presentase sebesar 0,05% tidak setuju pada pernyataan tersebut.

TABEL 8

Penilaian keterandalan Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	133	32.5	32.5	32.5
	Sangat Setuju	276	67.5	67.5	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan keempat dari dimensi *trustworthiness*, yaitu “Seberapa bisa diandalkan Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 276 responden dengan presentase sebesar 67,5% menjawab sangat setuju, sedangkan 133 responden dengan presentase sebesar 32,5% menjawab setuju.

TABEL 9

Penilaian tanggung jawab Ahsan dan Hendra ketika mewakili Indonesia dalam turnamen *badminton*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	105	25.7	25.7	25.7
	Sangat Setuju	304	74.3	74.3	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan kelima dari dimensi *trustworthiness*, yaitu “Seberapa bertanggung jawab Ahsan dan Hendra ketika mewakili Indonesia dalam turnamen

badminton”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 304 responden dengan presentase sebesar 74,3% menjawab sangat setuju, sedangkan 105 responden dengan presentase sebesar 25,7% menjawab setuju.

Dimensi *Expertise*

Dimensi *expertise* merupakan dimensi kedua dari variabel kredibilitas yang akan dijabarkan di dalam pembahasan ini. Dimensi *expertise* terdiri atas lima pernyataan yang diajukan peneliti kepada responden untuk mengevaluasi pengalaman, keahlian, pengetahuan, kualitas, serta keterampilan Ahsan dan Hendra sebagai atlet bulu tangkis. Berikut ini adalah jawaban dari responden atas pernyataan-pernyataan yang sudah diajukan.

TABEL 10

Penilaian pengalaman Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	78	19.1	19.1	19.1
	Sangat Setuju	331	80.9	80.9	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan pertama dari dimensi *expertise*, yaitu “Seberapa berpengalaman Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 331 responden dengan presentase sebesar 80,9% menjawab sangat setuju, sedangkan 78 responden dengan presentase sebesar 19,1% menjawab setuju.

TABEL 11

Penilaian keahlian Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	103	25.2	25.2	25.2
	Sangat Setuju	306	74.8	74.8	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan kedua dari dimensi *expertise*, yaitu “Seberapa ahli Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 306 responden dengan presentase sebesar 74,8% menjawab sangat setuju, sedangkan 103 responden dengan presentase sebesar 25,2% menjawab setuju.

TABEL 12

Penilaian pengetahuan Ahsan dan Hendra terhadap olahraga *badminton*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	108	26.4	26.4	26.4
	Sangat Setuju	301	73.6	73.6	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan ketiga dari dimensi *expertise*, yaitu “Seberapa luas pengetahuan Ahsan dan Hendra terhadap olahraga *badminton*”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 301 responden dengan presentase sebesar 73,6% menjawab sangat setuju, dan dilanjutkan dengan 108 responden dengan presentase sebesar 26,4% yang menjawab setuju.

TABEL 13

Penilaian kualitas Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	113	27.6	27.6	27.6
	Sangat Setuju	296	72.4	72.4	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan keempat dari dimensi *expertise*, yaitu “Seberapa berkualitas Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 301 responden dengan presentase sebesar 73,6% menjawab sangat setuju, sedangkan 108 responden dengan presentase sebesar 26,4% menjawab setuju.

TABEL 14

Penilaian keterampilan Ahsan dan Hendra dalam olahraga *badminton*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	66	16.1	16.1	16.1
	Sangat Setuju	343	83.9	83.9	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan kelima dari dimensi *expertise*, yaitu “Seberapa Terampil Ahsan dan Hendra dalam olahraga *badminton*”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 343 responden dengan presentase sebesar 83,9% menjawab sangat setuju, sedangkan 66 responden dengan presentase sebesar 16,1% menjawab setuju.

Dimensi *Attractiveness*

Dimensi *attractiveness* merupakan dimensi ketiga dari variabel kredibilitas yang akan diuraikan di dalam pembahasan ini. Dimensi *attractiveness* terdiri atas lima pernyataan yang diajukan peneliti kepada responden, penilaian yang dilakukan adalah sejauh mana daya tarik fisik Ahsan dan Hendra bisa mempengaruhi responden. Berikut adalah jawaban atas pernyataan-pernyataan yang diajukan peneliti kepada responden.

TABEL 15

Penilaian ketertarikan pada penampilan fisik Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	40	9.8	9.8	9.8
	Setuju	266	65.0	65.0	74.8
	Sangat Setuju	103	25.2	25.2	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan pertama dari dimensi *attractiveness*, yaitu “Seberapa menarik penampilan fisik Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 266 responden dengan presentase sebesar 65% menjawab setuju, sedangkan 103 responden dengan presentase sebesar 25,2% menjawab sangat setuju dan sebanyak 40 responden dengan presentase sebesar 9,8% menjawab tidak setuju.

TABEL 16

Penilaian seberapa berkelas penampilan Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	.5	.5	.5
	Tidak Setuju	43	10.5	10.5	11.0
	Setuju	276	67.5	67.5	78.5
	Sangat Setuju	88	21.5	21.5	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan kedua dari dimensi *attractiveness*, yaitu “Seberapa Berkelas Penampilan Ahsan dan Hendra Sebagai Atlet *Badminton*”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 276 responden dengan presentase sebesar 67,6% menjawab setuju, sedangkan 88 responden dengan presentase sebesar 21,5% menjawab sangat setuju, kemudian sebanyak 43 responden dengan presentase sebanyak 10,5% menjawab tidak setuju, dan sebanyak dua responden dengan presentase sebesar 0,05% menjawab sangat tidak setuju.

TABEL 17

Penilaian ketampanan Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	15	3.7	3.7	3.7
	Tidak Setuju	115	28.1	28.1	31.8
	Setuju	238	58.2	58.2	90.0
	Sangat Setuju	41	10.0	10.0	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan ketiga dari dimensi *attractiveness*, yaitu “Seberapa Tampan Ahsan dan Hendra Sebagai Atlet *Badminton*”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 238 responden dengan presentase sebesar 58,2% menjawab setuju, sedangkan 115 responden dengan presentase sebesar 28,1% menjawab tidak setuju, kemudian sebanyak 41 responden dengan presentase sebesar 10% menjawab setuju, dan sebanyak 15 responden dengan presentase sebesar 3,7% menjawab sangat tidak setuju.

TABEL 18
Penilaian penampilan elegan Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	30	7.3	7.3	7.3
	Tidak Setuju	155	37.9	37.9	45.2
	Setuju	163	39.9	39.9	85.1
	Sangat Setuju	61	14.9	14.9	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan keempat dari dimensi *attractiveness*, yaitu “Seberapa Elegan Penampilan Fisik Ahsan dan Hendra Sebagai Atlet *Badminton*”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 163 responden dengan presentase sebesar 39,9% menjawab setuju, sedangkan 155 responden dengan presentase sebesar 37,9% menjawab tidak setuju, kemudian sebanyak 61 responden dengan presentase sebesar 14,9% menjawab setuju, dan sebanyak 30 responden dengan presentase sebesar 7,3% menjawab sangat tidak setuju.

TABEL 19

Penilaian penampilan seksi Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	171	41.8	41.8	41.8
	Tidak Setuju	135	33.0	33.0	74.8
	Setuju	88	21.5	21.5	96.3
	Sangat Setuju	15	3.7	3.7	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan kelima dari dimensi *attractiveness*, yaitu “Seberapa Seksi Ahsan dan Hendra Sebagai Atlet *Badminton*”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 171 responden dengan presentase sebesar 41,8% menjawab sangat tidak setuju, sedangkan 135 responden dengan presentase sebesar 33% menjawab tidak setuju, kemudian sebanyak 88 responden dengan presentase sebesar 21,5% menjawab setuju, dan sebanyak 15 responden dengan presentase sebesar 3,7% menjawab sangat setuju.

TABEL 20

Skor *Mean* Variabel Kredibilitas (X)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Trustworthiness 1</i>	409	3	4	3.72	.449
<i>Trustworthiness 2</i>	409	2	4	3.63	.488
<i>Trustworthiness 3</i>	409	2	4	3.63	.494
<i>Trustworthiness 4</i>	409	3	4	3.67	.469
<i>Trustworthiness 5</i>	409	3	4	3.74	.437
<i>Expertise 1</i>	409	3	4	3.81	.393
<i>Expertise 2</i>	409	3	4	3.75	.435

<i>Expertise3</i>	409	3	4	3.74	.441
<i>Expertise 4</i>	409	3	4	3.72	.448
<i>Expertise 5</i>	409	3	4	3.84	.368
<i>Attractiveness 1</i>	409	2	4	3.15	.572
<i>Attractiveness 2</i>	409	1	4	3.10	.575
<i>Attractiveness 3</i>	409	1	4	2.75	.682
<i>Attractiveness 4</i>	409	1	4	2.62	.825
<i>Attractiveness 5</i>	409	1	4	1.87	.875
Valid N (listwise)	409				

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas, data menunjukkan bahwa nilai rata-rata atau nilai *mean* yang paling tinggi dari dimensi *trustworthiness* terdapat pada pernyataan nomor 5, yaitu “Seberapa bertanggung jawab Ahsan dan Hendra ketika mewakili Indonesia dalam turnamen *badminton*”. Nilai rata-rata yang didapatkan adalah sebesar 3,74 yang berarti responden menilai Ahsan dan Hendra adalah atlet yang bertanggung jawab. Kemudian nilai *mean* tertinggi dari dimensi *expertise* terdapat pada pernyataan nomor 5 “Seberapa terampil Ahsan dan Hendra dalam olahraga *badminton*”. Mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,84, hal tersebut menunjukkan bahwa Ahsan dan Hendra adalah atlet yang terampil pada olahraga bulu tangkis. Selanjutnya untuk nilai *mean* tertinggi dari dimensi *attractiveness* terdapat pada pernyataan nomor 1 “Seberapa menarik penampilan fisik Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*” dengan nilai sebesar 3,15. Hasil dari data tersebut menunjukkan bahwa Ahsan dan Hendra mempunyai penampilan fisik yang menarik.

Selanjutnya setelah mendapatkan data dari tiap dimensi variabel kredibilitas, peneliti akan melakukan pembagian kelas dari dimensi kredibilitas

secara keseluruhan. Data yang digunakan adalah 15 pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kredibilitas. Jawaban dari tiap pernyataan terdiri dari “sangat setuju” yaitu 4, “setuju” nilainya 3, “tidak setuju” nilainya 2, “sangat tidak setuju” nilainya 1. Kelas untuk variabel kredibilitas terbagi menjadi 5 kategori. Pertama adalah sangat baik. Kedua, baik. Ketiga, cukup baik, Keempat, tidak baik, dan Kelima, sangat tidak baik (Widoyoko, dalam Zain et al., 2020:49)

$$= \frac{\text{Skor maks} - \text{skor min}}{\text{Jumlah kelas/kategori}}$$

Skor maks = 4

Skor min = 1

Jumlah kelas = 5

Interval = $(4-1):5 = 0,6$

Pembagian kelas untuk variabel kredibilitas

Sangat Baik = 3,44 – 4,00

Baik = 2,83 – 3,43

Cukup Baik = 2,22 – 2,82

Tidak Baik = 1,61 – 2,21

Sangat Tidak Baik = 1,00 – 1,60

Berdasarkan perhitungan yang sudah dilakukan, berikut pembagian kelas dari dimensi-dimensi yang ada pada variabel kredibilitas (X):

TABEL 21
Pembagian Kelas Dimensi Variabel Kredibilitas (X)

Dimensi	Nilai rata-rata	Kategori
Dimensi <i>Trustworthiness</i>	3,67	Sangat Baik
Dimensi <i>Expertise</i>	3,77	Sangat Baik
Dimensi <i>Attractiveness</i>	2,69	Cukup Baik
Total Mean	3,37	Baik

Sumber: Olah Data peneliti

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa keseluruhan dimensi dari variabel kredibilitas mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,37 yang berada pada kategori baik. Kemudian ketiga dimensi dari variabel kredibilitas dikategorikan sesuai dengan nilai rata-rata yang didapatkan sebagai berikut:

1. Dimensi pertama yang diukur adalah *trustworthiness* dan mendapatkan nilai sebesar 3,67 yang masuk dalam kelas sangat baik, artinya responden atau pengikut akun instagram Waroeng Steak and Shake menganggap Ahsan dan Hendra adalah atlet yang jujur, tulus, bisa dipercaya, serta bisa diandalkan ketika mewakili Indonesia pada pertandingan bulu tangkis.
2. Dimensi selanjutnya yang diukur adalah dimensi *expertise*, dan didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,77 yang masuk dalam kategori sangat baik sekaligus menjadi dimensi dengan nilai tertinggi dari tiga dimensi kredibilitas yang diteliti, artinya responden atau pengikut instagram dari @waroengsteak menganggap bahwa Ahsan dan Hendra adalah atlet yang

ahli, berkualitas, memiliki pengetahuan yang luas, serta terampil pada olahraga bulu tangkis.

3. Dimensi ketiga sekaligus menjadi dimensi terakhir yang diukur adalah *attractiveness* yang mendapat nilai rata-rata sebesar 2,69 yang masuk dalam kategori cukup baik sekaligus menjadi dimensi dengan nilai rata-rata paling kecil, yang berarti Ahsan dan Hendra kurang mempengaruhi responden atau pengikut akun instagram @waroengsteak dari daya tarik fisik yang mereka miliki.

Berdasarkan data data yang didapatkan, total nilai *mean* atau rata-rata pada variabel kredibilitas (Variabel X) adalah sebesar 3,37 yang masuk dalam kategori sangat baik, sehingga bisa disimpulkan Ahsan dan Hendra memiliki kredibilitas yang sangat baik sebagai *brand ambassador*. Hal tersebut menunjukkan bahwa kredibilitas Ahsan dan Hendra tentu bisa memberikan dampak positif terhadap produk yang diiklankan.

C. Deskripsi Variabel Minat Beli

Pada variabel minat beli, terdapat tiga dimensi yang akan dijabarkan oleh peneliti di bawah ini, dengan masing-masing satu pernyataan pada tiap dimensi. Pernyataan-pernyataan yang diajukan tersebut bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana responden berminat untuk membeli produk Waroeng Steak and Shake.

Dimensi *Intention*

Pada penelitian ini, dimensi *intention* adalah dimensi pertama dari variabel minat beli (Y) yang akan dibahas dan dijabarkan di dalam penelitian ini. *Intention* merujuk pada minat konsumen untuk membeli produk dari Waroeng Steak and Shake. Dimensi *intention* terdiri atas satu pernyataan yang diajukan peneliti kepada responden.

TABEL 22
Penilaian minat untuk membeli produk Waroeng Steak and Shake

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	.5	.5	.5
	Tidak Setuju	11	2.7	2.7	3.2
	Setuju	232	56.7	56.7	59.9
	Sangat Setuju	164	40.1	40.1	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan dari dimensi *intention*, yaitu “Saya Berminat Untuk Membeli Produk Waroeng Steak and Shake”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 232 responden dengan presentase sebesar 56,7% menjawab setuju, sedangkan 164 responden dengan presentase sebesar 40,1% menjawab sangat setuju, kemudian sebanyak 11 responden dengan presentase sebanyak 2,7% menjawab tidak setuju, dan sebanyak dua responden dengan presentase 0,05% menjawab sangat tidak setuju. Data tersebut menunjukkan responden memiliki minat beli yang tinggi untuk membeli produk Waroeng Steak and Shake.

Dimensi *Willingness*

Pada penelitian ini, dimensi *willingness* adalah dimensi kedua dari variabel minat beli (Y) yang akan dibahas dan dijabarkan di dalam penelitian ini. *Willingness* merujuk pada kesediaan konsumen untuk membeli produk dari Waroeng Steak and Shake. Dimensi *willingness* terdiri atas satu pernyataan yang diajukan peneliti kepada responden.

TABEL 23
Penilaian kesediaan untuk membeli produk Waroeng Steak and Shake

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.2	.2	.2
	Tidak Setuju	9	2.2	2.2	2.4
	Setuju	240	58.7	58.7	61.1
	Sangat Setuju	159	38.9	38.9	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan dari dimensi *willingness*, yaitu “Saya Bersedia Untuk Membeli Produk Waroeng Steak and Shake”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 240 responden dengan presentase sebesar 58,7% menjawab setuju, sedangkan 159 responden dengan presentase sebesar 38,9% menjawab sangat setuju, kemudian sebanyak sembilan responden dengan presentase sebanyak 2,2% menjawab tidak setuju, dan sebanyak satu responden dengan presentase 0,02% menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan mayoritas responden bersedia untuk membeli produk dari Waroeng Steak and Shake.

Dimensi *Recommendation*

Pada penelitian ini, dimensi *recommendation* adalah dimensi ketiga dari variabel minat beli (Y) yang akan dibahas dan dijabarkan di dalam penelitian ini. *Recommendation* merujuk pada kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk dari Waroeng Steak and Shake kepada orang lain. Dimensi *recommendation* terdiri atas satu pernyataan yang diajukan peneliti kepada responden.

TABEL 24

Kesediaan merekomendasikan produk Waroeng Steak and Shake kepada orang lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	2.4	2.4	2.4
	Tidak Setuju	34	8.3	8.3	10.8
	Setuju	224	54.8	54.8	65.5
	Sangat Setuju	141	34.5	34.5	100.0
	Total	409	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Pada pernyataan dari dimensi *recommendation*, yaitu “Saya Merekomendasikan Produk Waroeng Steak and Shake Kepada Orang Lain”. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 409 responden. Ditemukan data sebanyak 224 responden dengan presentase sebesar 54,8% menjawab setuju, sedangkan 141 responden dengan presentase sebesar 34,5% menjawab sangat setuju, kemudian sebanyak 34 responden dengan presentase sebanyak 8,3% menjawab tidak setuju, dan sebanyak 10 responden dengan presentase 2,4% menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan

responden bersedia untuk merekomendasikan produk dari Waroeng Steak and Shake kepada orang lain.

TABEL 25
Skor *Mean* Variabel Minat Beli (Y)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Intention.1</i>	409	1	4	3.36	.562
<i>Willingness.2</i>	409	1	4	3.36	.539
<i>Recommendation.3</i>	409	1	4	3.21	.694
Valid N (listwise)	409				

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas, data menunjukkan bahwa nilai *mean* atau nilai rata-rata yang nilainya sama besar dari pernyataan variabel minat beli (Y) terdapat pada dua pernyataan yaitu pernyataan “Saya berminat untuk membeli produk Waroeng Steak and Shake” yang termasuk dalam dimensi *intention* dan pernyataan “Saya bersedia untuk membeli produk Waroeng Steak and Shake” yang termasuk dalam dimensi *willingness*, yang mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,36. Sedangkan pernyataan “Saya merekomendasikan produk Waroeng Steak and Shake kepada orang lain” dari dimensi *recommendation* mendapat nilai sebesar 3,21.

Setelah mendapatkan data dari tiap dimensi yang digunakan untuk mengukur minat beli, kemudian peneliti akan melakukan pembagian kelas pada dimensi-dimensi tersebut. Data yang diambil berdasarkan 3 pernyataan yang digunakan untuk mengukur minat beli (Variabel Y). Jawaban dari tiap pernyataan terdiri dari “sangat setuju” yaitu 4, “setuju” nilainya 3, “tidak setuju” nilainya 2,

“sangat tidak setuju” nilainya 1. Kelas untuk variabel kredibilitas terbagi menjadi 5 kategori. Pertama adalah sangat baik. Kedua, baik. Ketiga, cukup baik, Keempat, tidak baik, dan Kelima, sangat tidak baik (Widoyoko, dalam Zain et al., 2020:49).

$$= \frac{\text{Skor maks} - \text{skor min}}{\text{Jumlah kelas/kategori}}$$

Skor maks = 4

Skor min = 1

Jumlah kelas = 5

Interval = $(4-1):5 = 0,6$

Pembagian kelas untuk variabel kredibilitas

Sangat Baik = 3,44 – 4,00

Baik = 2,83 – 3,43

Cukup Baik = 2,22 – 2,82

Tidak Baik = 1,61 – 2,21

Sangat Tidak Baik = 1,00 – 1,60

Berdasarkan perhitungan yang sudah dilakukan, berikut pembagian kelas dari dimensi-dimensi yang ada pada variabel minat beli (Y):

TABEL 26
Pembagian Kelas Dimensi Variabel Minat Beli (Y)

Dimensi	Nilai rata-rata	Kategori
<i>Intention</i>	3,36	Baik
<i>Willingness</i>	3,36	Baik
<i>Recommendation</i>	3.21	Baik
Total Mean	3,31	Baik

Sumber: Olah Data peneliti

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa keseluruhan dimensi dari variabel minat beli mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,31 yang berada pada kategori baik. Kemudian ketiga dimensi dari variabel minat beli dikategorikan sesuai dengan nilai rata-rata yang didapatkan sebagai berikut:

1. Dimensi pertama yang diukur adalah *intention* dan mendapatkan nilai sebesar 3,36 yang masuk dalam kelas baik, artinya minat beli responden atau pengikut akun Instagram Waroeng Steak and Shake menjadi tinggi setelah melihat konten Ahsan dan Hendra di akun Instagram @waroengsteak.
2. Dimensi selanjutnya yang diukur adalah dimensi *willingness*, dan didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,36 yang masuk dalam kategori baik, artinya kesediaan responden atau pengikut Instagram dari @waroengsteak untuk membeli produk Waroeng Steak and Shake sangat baik yang dipengaruhi oleh konten Ahsan dan Hendra di Instagram @waroengsteak.

3. Dimensi ketiga sekaligus menjadi dimensi terakhir yang diukur adalah *recommendation* yang mendapat nilai rata-rata sebesar 3,21 yang masuk dalam kategori baik, artinya bahwa promosi yang dilakukan oleh Waroeng Steak and Shake di Instagram serta kredibilitas yang dimiliki oleh Ahsan dan Hendra dapat mempengaruhi responden atau pengikut akun Instagram @waroengsteak untuk menyarankan produk dari Waroeng Steak and Shake kepada orang lain.

Berdasarkan nilai rata-rata dari dimensi minat beli bisa disimpulkan bahwa minat beli pengikut akun Instagram @waroengsteak masuk dalam kategori baik untuk membeli serta merekomendasikan produk dari Waroeng Steak and Shake kepada orang lain. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata variabel minat beli yang mendapat nilai sebesar 3,31. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Ahsan dan Hendra dapat mempengaruhi minat beli konsumen Waroeng Steak and Shake.

D. Analisis Regresi Sederhana

TABEL 27
Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.328 ^a	.108	.106	1.447
a. Predictors: (Constant), Kredibilitas				

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan pada tabel di atas, hasil yang didapatkan dari uji regresi sederhana dengan menggunakan SPSS dalam melihat hubungan antara Variabel X dan Y adalah sebesar 0,328 untuk koefisien korelasi. Sedangkan untuk R Square

atau yang juga disebut dengan koefisien determinasi mendapatkan hasil sebesar 0,108, dari hasil tersebut bisa diketahui bahwa pengaruh kredibilitas (X) terhadap minat beli (Y) sebesar 10,8% dan sisanya 89,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk di dalam penelitian ini.

TABEL 28

Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.946	.858		4.599	.000
	Kredibilitas	.118	.017	.328	7.011	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel uji-t di atas dapat dilihat bahwa nilai Signifikansi dari variabel kredibilitas (X) terhadap minat beli (Y) adalah sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa H₀ pada penelitian ini ditolak dan H_a diterima karena nilai Sig 0,000 < 0,05. Kemudian pada tabel tersebut juga bisa dilihat bahwa nilai yang didapatkan dari t hitung adalah sebesar 7,011 dan t tabel adalah 1,965. Dari hasil dapat diketahui bahwa jika t hitung lebih besar dari t tabel (7,011 > 1,965) maka H₀ pada penelitian ditolak dan H_a diterima sehingga bisa disimpulkan jika variabel X yaitu kredibilitas mempunyai pengaruh terhadap variabel Y yaitu minat beli.

Pada tabel tersebut juga bisa dilihat persamaan regresi linear sederhana yang dipakai dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3,946 + 0,118 X$$

Persamaan regresi linear sederhana tersebut menyatakan bahwa nilai konstan dari variabel Y yaitu minat beli sebesar 3,946 dan variabel X yaitu kredibilitas sebesar 0,118. Jika terdapat penambahan 1% dari kredibilitas (X), maka nilai minat beli akan bertambah sebesar 0,118. Koefisien regresi tersebut mempunyai nilai positif sehingga pengaruh antara Variabel X dan Variabel Y adalah positif.

E. Pembahasan

Perusahaan seringkali menggunakan selebriti sebagai *brand ambassador* untuk menarik perhatian konsumen agar mau membeli produk yang mereka iklankan, strategi tersebut tentu saja merupakan bagian dari komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik perhatian konsumen agar mau membeli produk yang dijual. Komunikasi pemasaran merupakan metode yang digunakan oleh perusahaan untuk memberikan informasi, mempersuasi, serta mengingatkan secara langsung atau tidak langsung kepada pembeli mengenai produk atau jasa yang dijual oleh mereka (Firmansyah, 2020:1).

Menurut Morrisan (2015:7) komunikasi pemasaran mencakup enam aspek. Pertama, beriklan di media massa. Kedua, memasarkan produk secara langsung (*direct marketing*). Ketiga, melakukan promosi atas produk atau jasa (*sales*

promotion). Keempat, penjualan personal (*personal selling*). Kelima, pemasaran dengan gaya interaktif. Keenam, hubungan masyarakat (*public relations*) guna komunikasi pemasaran bisa menjadi lebih efektif.

Promosi yang dilakukan oleh perusahaan Waroeng Steak and Shake melalui penggunaan *brand ambassador* pada *feeds* atau *story* yang diunggah melalui akun Instagram @waroengsteak memiliki tujuan yaitu menarik perhatian konsumen untuk mau membeli produk Waroeng Steak and Shake. Penggunaan *brand ambassador* yang kredibel serta dikenal luas masyarakat tentu saja memiliki tujuan agar pesan atau informasi yang disampaikan dalam iklan lebih mudah diterima dan dipercaya oleh konsumen.

a. Kredibilitas

Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan nilai rata-rata untuk dimensi kredibilitas sebesar 3,37 yang masuk dalam kategori baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa Ahsan dan Hendra memiliki kredibilitas yang baik sebagai *brand ambassador* dari Waroeng Steak and Shake. Hal ini menunjukkan bahwa responden percaya jika Ahsan dan Hendra memiliki karakter yang jujur, tulus, bisa bertanggung jawab, serta merupakan atlet yang berpengalaman sekaligus berprestasi meskipun kurang dari segi daya tarik fisik. Kredibilitas yang baik ini tentu saja dapat menjadi faktor penting untuk mempengaruhi minat beli produk Waroeng Steak and Shake.

Berdasarkan hasil olah data yang sudah dipaparkan di atas, penggunaan Ahsan dan Hendra sebagai *brand ambassador* Waroeng Steak and Shake

berpengaruh positif terhadap minat beli produk Waroeng Steak and Shake. Variabel yang akan dibahas pertama adalah kredibilitas (X), dalam mengukur kredibilitas terdapat tiga dimensi yang digunakan untuk menilai dalam penelitian adalah *Trustworthiness*, *Expertise*, dan *Attractiveness* (Ohanian 1990:41-42).

Dimensi pertama dalam mengukur kredibilitas Ahsan dan Hendra sebagai *brand ambassador* adalah *trustworthiness*. *Trustworthiness* merujuk pada pandangan komunikasi terhadap kejujuran, integritas, dan kepercayaan yang dimiliki oleh *brand ambassador* (Ohanian, 1990). Pada dimensi ini terdapat lima pernyataan yang diajukan dalam menilai *trustworthiness* yang dimiliki oleh Ahsan dan Hendra.

Pernyataan pertama pada kuesioner yang diajukan untuk menilai kejujuran sifat atau karakter dari Ahsan dan Hendra. Pada tabel 5, data menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 72,1% menjawab sangat setuju pada pernyataan tersebut. Berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden tersebut, bisa dikatakan bahwa Ahsan dan Hendra merupakan atlet yang jujur.

Kemudian pada pernyataan kedua dari dimensi *trustworthiness* yang menilai sifat atau karakter tulus dari Ahsan dan Hendra. Pada tabel 6, data menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 63,6% menjawab sangat setuju pada pernyataan tersebut. Berdasarkan jawaban tersebut, dapat dikatakan bahwa pribadi Ahsan dan Hendra mempunyai sifat atau karakter yang tulus, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan wawancara yang

menyatakan bahwa meskipun mereka adalah atlet senior tetapi mereka tetap menjaga sikap agar tidak jumawa.

Pada pernyataan ketiga dari dimensi *trustworthiness* yang menilai Ahsan dan Hendra dari aspek kepercayaan. Berdasarkan jawaban dari responden pada tabel 7, didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 63,1% menjawab sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden menilai Ahsan dan Hendra adalah atlet yang bisa dipercaya.

Pada pernyataan keempat dari dimensi *trustworthiness* yang diajukan kepada responden dalam menilai keterandalan Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*. Berdasarkan tabel 8, didapatkan data yang menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 67,5% menjawab sangat setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden yakin Ahsan dan Hendra adalah atlet bulu tangkis yang bisa diandalkan dalam mengikut turnamen bulu tangkis.

Pada pernyataan kelima dari dimensi *trustworthiness* yang diajukan kepada responden dalam menilai tanggung jawab dari Ahsan dan Hendra ketika mewakili Indonesia dalam turnamen bulu tangkis. Pada tabel 9 di atas, didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 74,3% menjawab sangat setuju. Jawaban yang diberikan responden menunjukkan bahwa Ahsan dan Hendra adalah atlet yang bertanggung jawab dalam menjalankan tugas mereka dalam memenangkan turnamen ketika ditunjuk untuk mewakili Indonesia pada kejuaraan bulu tangkis.

Berdasarkan tabel 20, pernyataan mengenai seberapa bertanggung jawab Ahsan dan Hendra ketika mewakili Indonesia dalam turnamen *badminton* dari dimensi *trustworthiness* mendapatkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,74. Selanjutnya, hasil dari tabel 21 menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari dimensi *trustworthiness* adalah sebesar 3,67, yang masuk dalam kategori sangat baik. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengikut akun Instagram dari Waroeng Steak and Shake menganggap bahwa Ahsan dan Hendra sebagai atlet memiliki karakter yang jujur, bisa dipercaya, serta bertanggung jawab ketika mewakili Indonesia dalam turnamen bulu tangkis. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan dalam wawancara yang menunjukkan bahwa alasan Waroeng Steak and Shake bekerja sama dengan Ahsan dan Hendra adalah karena sikap mereka yang baik. Meskipun sering memenangkan turnamen atau kejuaraan, mereka tetap menjaga sikap, tidak cepat puas, dan tidak pernah ada pemberitaan negatif di media mengenai atlet ganda putra bulu tangkis tersebut.

Dimensi kedua dalam mengukur kredibilitas Ahsan dan Hendra sebagai *brand ambassador* adalah *expertise*, *expertise* menurut Ohanian (1990) merujuk pada pengalaman, kemampuan, serta keahlian yang dimiliki oleh *brand ambassador*. Pada dimensi ini terdapat lima pernyataan yang diajukan kepada responden dalam menilai dimensi *expertise*.

Pada pernyataan pertama dari dimensi *expertise* yang mengukur pengalaman Ahsan dan Hendra sebagai atlet bulu tangkis. Berdasarkan tabel 10 didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 80,9% menjawab sangat setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa

Ahsan dan Hendra adalah atlet yang sangat berpengalaman pada olahraga bulu tangkis.

Pernyataan kedua dari dimensi *expertise* yang diajukan kepada responden dalam menilai keahlian dari Ahsan dan Hendra sebagai atlet bulu tangkis. Pada tabel 11 didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 74,8% menjawab sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden yakin Ahsan dan Hendra merupakan atlet yang sangat ahli pada olahraga bulu tangkis. Hal tersebut dibuktikan dari karir Ahsan yang terpilih masuk pelatnas pada tahun 2008 dan Hendra mengikuti kejuaraan *Asian Junior Championship* di tahun 2001.

Pernyataan ketiga dari dimensi *expertise* yang diajukan untuk menilai pengetahuan Ahsan dan Hendra terhadap olahraga bulu tangkis. Hasil yang didapat pada tabel 12 menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 73,6% menjawab sangat setuju. Berdasarkan mayoritas jawaban yang positif, yang diberikan responden, berarti responden menganggap jika Ahsan dan Hendra memiliki pengetahuan yang luas terhadap olahraga bulu tangkis. Hal tersebut dibuktikan dengan Ahsan dan Hendra pernah diajak oleh Waroeng Steak and Shake untuk melakukan *coaching clinic*.

Pernyataan keempat dari dimensi *expertise* yang menilai kualitas dari Ahsan dan Hendra sebagai atlet bulu tangkis. Dari hasil yang didapatkan pada tabel 13 menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 72,4% menjawab sangat setuju. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa

mayoritas responden menilai Ahsan dan Hendra adalah atlet bulu tangkis yang memiliki kualitas, hal tersebut dikuatkan dengan pernyataan wawancara Ahsan dan Hendra adalah atlet yang tidak cepat puas dan terus menjaga performa dan kualitas permainan.

Pada pernyataan kelima dari dimensi *expertise* yang diajukan kepada responden untuk menilai keterampilan yang dimiliki oleh Ahsan dan Hendra dalam olahraga bulu tangkis. Dari data yang didapatkan pada tabel 14 menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 83,9% menjawab sangat setuju. Berdasarkan mayoritas jawaban positif yang diberikan, maka responden menilai jika Ahsan dan Hendra merupakan atlet yang terampil pada olahraga bulu tangkis yang dibuktikan dengan banyaknya prestasi yang mereka raih ketika mengikuti berbagai kejuaraan.

Berdasarkan tabel 20, dapat diketahui bahwa pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi dari variabel kredibilitas dan *expertise* terdapat pada pernyataan yang menilai keterampilan Ahsan dan Hendra dalam olahraga *badminton*, dengan nilai rata-rata sebesar 3,84. Selanjutnya, pada tabel 21, menunjukkan bahwa dimensi *expertise* dari variabel kredibilitas mendapatkan nilai rata-rata tertinggi, yakni sebesar 3,77. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keterampilan dan keahlian Ahsan dan Hendra sebagai atlet bulu tangkis memiliki pengaruh positif terhadap penilaian kredibilitas mereka sebagai *brand ambassador* oleh responden.

Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani dan Hasanah (2020) yang menyatakan bahwa *brand ambassador* dapat

meyakinkan responden atau konsumen untuk membeli produk yang mereka iklankan berdasarkan pengalaman yang mereka miliki. Selain itu, berdasarkan pernyataan wawancara yang menyatakan bahwa faktor-faktor dari sisi *expertise* seperti, keahlian, pengalaman dan banyaknya prestasi yang dimiliki oleh Ahsan dan Hendra juga menjadi alasan Waroeng Steak and Shake untuk bekerjasama dengan mereka.

Dimensi ketiga dalam mengukur kredibilitas Ahsan dan Hendra sebagai *brand ambassador* adalah *attractiveness*, dimensi *attractiveness* menurut Ohanian (1990) merujuk pada daya tarik fisik, yang merupakan salah satu penilaian awal yang dilakukan oleh konsumen ketika melihat *brand ambassador*. *Brand ambassador* yang mempunyai daya tarik fisik yang kuat dapat mempengaruhi sikap konsumen serta memberikan dampak positif pada produk yang diiklankan. Pada dimensi ini, terdapat lima pernyataan yang digunakan untuk mengevaluasi aspek daya tarik fisik *brand ambassador*.

Pada pernyataan pertama dari dimensi *attractiveness* yang diajukan kepada responden untuk menilai seberapa menarik penampilan fisik Ahsan dan Hendra sebagai atlet bulu tangkis. Berdasarkan data yang didapatkan pada tabel 15 mayoritas responden dengan presentase sebanyak 65,0% menjawab setuju. Dari jawaban tersebut menunjukkan bahwa Ahsan dan Hendra mempunyai penampilan fisik yang menarik sebagai atlet bulu tangkis.

Pernyataan kedua dari dimensi *attractiveness* yang diajukan kepada responden dalam menilai seberapa berkelas penampilan dari Ahsan dan Hendra

sebagai atlet bulu tangkis. Berdasarkan data dari tabel 16 didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 67,5% menjawab setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Ahsan dan Hendra mempunyai penampilan yang berkelas sebagai atlet bulu tangkis.

Pada pernyataan ketiga dari dimensi *attractiveness* yang menilai ketampanan Ahsan dan Hendra sebagai atlet *badminton*. Berdasarkan tabel 17 didapatkan data yang menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 58,25% menjawab setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menganggap Ahsan dan Hendra mempunyai wajah yang tampan sebagai atlet bulu tangkis.

Pernyataan keempat dari dimensi *attractiveness* yang menilai penampilan elegan Ahsan dan Hendra sebagai atlet bulu tangkis. Berdasarkan tabel 18, data menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 39.9% menjawab setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa Ahsan dan Hendra memiliki daya tarik fisik sebagai atlet bulu tangkis yang memiliki penampilan elegan.

Pada pernyataan kelima dari dimensi *attractiveness* yang diajukan kepada responden untuk menilai penampilan seksi Ahsan dan Hendra sebagai atlet bulu tangkis, berdasarkan data pada tabel 19 di atas, mayoritas responden sebanyak 41,8%, menjawab sangat tidak setuju. Dari mayoritas jawaban tersebut, dapat disimpulkan bahwa Ahsan dan Hendra sebagai atlet bulu tangkis tidak memiliki daya tarik fisik dari aspek seksi menurut pandangan responden.

Hasil dari tabel 20 menunjukkan bahwa pernyataan dengan nilai rata-rata terendah pada variabel kredibilitas dan dimensi *attractiveness* adalah pernyataan yang menilai daya tarik fisik dari penampilan seksi Ahsan dan Hendra sebagai atlet bulu tangkis, yang mendapatkan nilai sebesar 1,87. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa Ahsan dan Hendra tidak memiliki daya tarik fisik yang seksi sebagai *brand ambassador* Waroeng Steak and Shake.

Kemudian pada tabel 21 nilai rata-rata dari *attractiveness* adalah sebesar 2,69 yang masuk dalam kategori cukup baik, tetapi menjadi yang terendah dibandingkan dua dimensi lainnya. Hasil dari penelitian peneliti ini dan penelitian yang dilakukan oleh Sutanto (2019) menunjukkan hasil yang sama, yaitu dimensi *attractiveness* tidak memberikan pengaruh yang signifikan pada objek yang diteliti, khususnya dalam penelitian ini adalah kredibilitas Ahsan dan Hendra sebagai *brand ambassador*. Hal ini dapat terjadi karena setiap orang tentu saja mempunyai standar daya tarik yang beragam, sehingga pandangan responden dalam menilai menarik atau tidaknya penampilan fisik dari *brand ambassador* akan sangat bervariasi.

b. Minat Beli

Variabel yang akan dibahas selanjutnya adalah minat beli (Y), dalam mengukur minat beli terdapat tiga dimensi yang digunakan, yaitu, *Intention*, *Willingness*, dan *Recommendation* (Sertoglu, Catli, & Korkmaz 2014:73). Berdasarkan data yang telah diolah, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,31 yang masuk dalam kategori baik. Hal tersebut menunjukkan pengikut akun Instagram

@waroengsteak memiliki minat beli serta kesediaan untuk membeli yang tinggi, selain itu mereka juga bersedia untuk merekomendasikan produk Waroeng Steak and Shake kepada orang lain setelah melihat postingan mengenai Ahsan dan Hendra di Instagram @waroengsteak.

Dimensi pertama dalam mengukur minat beli terhadap produk Waroeng Steak and Shake adalah *intention*, *intention* dalam penelitian ini adalah sejauh mana Ahsan dan Hendra sebagai *brand ambassador* bisa mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk setelah melihat konten atau promosi mereka di media sosial Instagram @waroengsteak. Pada pernyataan dari dimensi *intention* yang diajukan untuk menilai minat beli dari responden, didapatkan hasil pada tabel 22 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 56,7% menjawab setuju dengan nilai rata-rata 3,36 yang masuk dalam kategori baik.

Berdasarkan mayoritas jawaban positif yang diberikan oleh responden, dapat disimpulkan bahwa responden memiliki minat yang tinggi untuk membeli produk dari Waroeng Steak and Shake setelah melihat konten atau promosi mengenai Ahsan dan Hendra di akun Instagram @waroengsteak. Hasil ini menunjukkan bahwa konten yang dibagikan oleh Waroeng Steak and Shake di Instagram, yang melibatkan Ahsan dan Hendra, berhasil menarik perhatian pengikut akun Instagram @waroengsteak untuk membeli produk dari Waroeng Steak and Shake. Hal tersebut dikuatkan dengan bukti dari pengikut Instagram Waroeng Steak and Shake yang bertanya mengenai jenis produk yang bisa menemani ketika menonton pertandingan dari Ahsan dan Hendra pada unggahan jadwal

pertandingan dari turnamen bulu tangkis yang diikuti oleh Ahsan dan Hendra di akun Instagram @waroengsteak. Hal tersebut menunjukkan bahwa Ahsan dan Hendra mampu mempengaruhi minat beli produk Waroeng Steak and Shake.

Dimensi kedua dalam mengukur minat beli terhadap produk Waroeng Steak and Shake adalah *willingness*, *willingness* adalah kemauan konsumen untuk membeli produk setelah melihat konten atau promosi yang dilakukan oleh Ahsan dan Hendra di Instagram @waroengsteak. *Willingness* menunjukkan sejauh mana Ahsan dan Hendra sebagai *brand ambassador* dapat mempengaruhi konsumen sehingga bersedia dan termotivasi untuk membeli produk dari Waroeng Steak and Shake.

Pada pernyataan dari dimensi *willingness* yang diajukan kepada responden untuk menilai kemauan responden untuk membeli produk dari Waroeng Steak and Shake, berdasarkan data pada tabel 23 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan presentase sebanyak 58,7% menjawab setuju dengan nilai rata-rata sebesar 3,36 dan masuk dalam kategori baik. Berdasarkan mayoritas jawaban positif yang diberikan oleh responden, dapat disimpulkan bahwa pengikut akun Instagram @waroengsteak bersedia membeli produk dari Waroeng Steak and Shake. Ahsan dan Hendra mampu memberikan pengaruh positif kepada responden sehingga mereka bersedia membeli produk dari Waroeng Steak and Shake, hal ini terbukti melalui pernyataan dalam wawancara yang menyatakan bahwa Ahsan dan Hendra telah membuat Waroeng Steak and Shake dapat dikenal oleh penggemar bulu tangkis (*badminton lovers*) dan berhasil menarik perhatian

mereka untuk membeli produk *coconut shake* edisi *The Daddies* dan laku sebanyak 12,000 cup dalam waktu kurang dari 100 hari penjualan.

Dimensi ketiga dalam mengukur minat beli terhadap produk Waroeng Steak and Shake adalah *recommendation*. *Recommendation* adalah kecenderungan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Faktor ini dapat dipengaruhi oleh informasi dan pengalaman yang dimiliki oleh konsumen.

Pada pernyataan yang diajukan kepada responden dari dimensi *recommendation* untuk menilai keinginan mereka dalam merekomendasikan produk dari Waroeng Steak and Shake kepada orang lain, hasil dari data pada tabel 24 menunjukkan bahwa mayoritas responden, sebanyak 54,8%, memberikan jawaban "setuju" dengan nilai rata-rata sebesar 3,21, yang termasuk dalam kategori baik. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Ahsan dan Hendra mampu memberikan pengaruh kepada responden untuk merekomendasikan produk Waroeng Steak and Shake kepada orang lain. Hal ini terbukti melalui testimoni produk yang diberikan oleh pengikut akun Instagram @waroengsteak di kolom komentar postingan akun tersebut, serta bentuk rekomendasi lainnya seperti menandai atau tag teman di kolom komentar untuk membeli produk edisi *The Daddies* yang dibagikan oleh Waroeng Steak and Shake di akun Instagram mereka.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kredibilitas yang dimiliki oleh *brand ambassador*, semakin tinggi juga minat beli pengikut akun Instagram @waroengsteak. Kredibilitas yang dimiliki oleh Ahsan dan Hendra

sebagai *brand ambassador* memiliki dampak positif terhadap penjualan produk yang dilakukan oleh Waroeng Steak and Shake. Hal ini dapat dibuktikan dengan respon positif dari pengikut akun Instagram @waroengsteak yang menilai Ahsan dan Hendra memiliki sifat dan karakter yang jujur, tulus, bisa diandalkan, bertanggung jawab, serta merupakan atlet yang berpengalaman, memiliki kualitas, dan terampil dalam olahraga bulu tangkis. Meskipun dimensi daya tarik fisik tidak memberikan pengaruh signifikan, namun dimensi *trustworthiness* serta *expertise* dari kredibilitas yang dimiliki oleh Ahsan dan Hendra sudah cukup untuk mempengaruhi pengikut akun @waroengsteak untuk membeli dan merekomendasikan produk Waroeng Steak and Shake kepada orang lain.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linear sederhana, dari hasil analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa H_0 dalam penelitian ini ditolak dan H_a diterima karena nilai $\text{Sig } 0,000 < 0,05$, maka dari itu bisa disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kredibilitas atlet Ahsan dan Hendra di akun Instagram @waroengsteak terhadap minat beli produk Waroeng Steak and Shake. Peneliti juga melakukan uji regresi sederhana untuk mengevaluasi pengaruh kredibilitas Ahsan dan Hendra sebagai *brand ambassador* terhadap minat beli. Hasil dari R Square dalam penelitian ini adalah sebesar 0,108 atau 10,8%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari kredibilitas Ahsan dan Hendra sebagai *brand ambassador* terhadap minat beli produk waroeng steak hanya mencapai 10,8%, sementara 89,2% dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil pengujian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa kredibilitas *brand ambassador* pun masih belum dapat memberikan pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Waroeng Steak and Shake. Selanjutnya dari pengujian regresi linear sederhana didapatkan hasil persamaan regresi yaitu $Y = 3,946 + 0,118 X$. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa jika terdapat penambahan nilai 1% dari kredibilitas (X) maka nilai dari minat beli akan bertambah sebesar 0,118, selain itu koefisien regresi yang diuji menunjukkan nilai positif antara variabel kredibilitas dan minat beli.

