

**PENGARUH DAYA TARIK *BRAND AMBASSADOR* EXO TERHADAP
MINAT BELI PRODUK SCARLETT**



Dosen Pembimbing Skripsi

Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom

Disusun oleh

Maria Gabriella Murdiani Songgonao 180906674

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

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH DAYA TARIK *BRAND AMBASSADOR EXO* TERHADAP MINAT BELI
PRODUK SCARLETT**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



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

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik *Brand ambassador* EXO Terhadap Minat Beli Produk Scarlett

Penyusun : M. Gabriela Murdiani Songgonao
NPM : 180906674 / KOM

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada Hari / Tanggal : Kamis, 28 November 2024

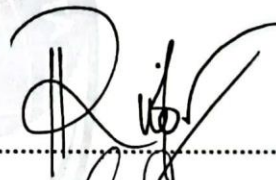
Pukul : 13.00

Tempat : Ruang Sidang

TIM PENGUJI

Rebekka Rismayanti S.I.Kom, M.A

Penguji Utama



Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom

Penguji I



F. Anita Herawati, S.I.P., M.Si

Penguji II



.....
Irene Santika Vidiadari, M.A.
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Gabriela Murdiani Songgonao

NPM 180906674

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik *Brand ambassador* EXO Terhadap Minat Beli Produk Scarlett

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, 14 November 2024

Saya yang menyatakan,



METERAI
TEMPEL
38CAMX075525676

M. Gabriela Murdiani Songgonao

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari daya tarik brand ambassador EXO terhadap minat beli produk Scarlett. Penelitian ini dilatar belakangi dari maraknya penggunaan brand ambassador artis Korea Selatan dari brand lokal Indonesia, serta adanya perkembangan pertumbuhan brand skincare lokal. Dari latar belakang tersebut, peneliti bertujuan mengetahui pengaruh dari daya tarik brand ambassador terhadap minat beli suatu produk. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif, menggunakan survei guna mencari data penelitian dengan menyebarkan Google form pada 100 followers akun Instagram @weareone.exo. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa daya tarik brand ambassador EXO mempengaruhi minat beli produk Scarlett sebesar 16% dan 84% dipengaruhi oleh variabel selain daya tarik dari brand ambassador. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan bahwa brand ambassador EXO berpengaruh positif terhadap minat beli produk Scarlett.

Kata kunci: Daya Tarik, Brand Ambassador, Minat Beli.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Daya Tarik *Brand ambassador* EXO Terhadap Minat Beli Produk Scarlett” hingga selesai. Penelitian ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom), di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Peneliti ingin menyampaikan terima kasih melalui pengantar ini kepada semua pihak yang telah mendukung, selama penulisan skripsi, yaitu:

1. Tuhan Yang Maha Esa, berkat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan tidak mendapat banyak halangan selama proses pengerjaan ini.
2. Bapak Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar sudah membimbing dan membantu peneliti dalam mengerjakan skripsi.
3. Keluarga peneliti, yang turut membantu doa dan mendukung peneliti.
4. Seluruh responden yang telah membantu mengisi kuesioner.
5. Teman-teman peneliti, Abel, Dera, Gio, Sevin, dan Vada yang selalu memotivasi dan menyemangati peneliti.

Yogyakarta, 14 November 2024

Maria Gabriella Murdiani Songgonao

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Persetujuan	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Bagan	x
Daftar Lampiran	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Akademis	8
2. Manfaat Praktis	8
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Kerangka Teori	9
1. Teori Stimulus-Respons (S-R)	9
2. Daya Tarik <i>Brand ambassador</i>	10
3. Minat Beli	14
B. Kerangka Konsep	16
1. Daya Tarik <i>Brand ambassador</i> EXO (X)	16
2. Minat Beli (Y)	18
C. Hipotesis	19
D. Definisi Operasional	20
E. Metodologi Penelitian	25
1. Jenis Penelitian	25
2. Metode Penelitian	25
3. Populasi dan Sampel	25
4. Metode Pengumpulan Data	27
5. Teknik Pengukuran Data	28
6. Uji Instrumen Penelitian	29
7. Teknik Analisis Data	34
BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	39
A. Temuan Data	39
1. Deskriptif Statistik	39
2. Uji Regresi Linear Sederhana	66
B. Analisis Data	70
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	73

A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
1. Saran Akademis	74
2. Saran Praktis	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

TABEL 1 Data <i>Brand Kosmetik & Skincare</i> Lokal Terlaris di <i>E-Commerce</i>	3
gamba 2 Definisi Operasional	20
TABEL 3 Skala Likert	29
TABEL 4 Hasil Uji Validitas variabel X	30
TABEL 5 Hasil Uji Validitas variabel Y	31
TABEL 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	33
TABEL 7 Kuesioner	35
TABEL 8 Hasil Deskriptif Statistik	40
TABEL 9 Pernyataan Lifestyle	40
TABEL 10 Pernyataan Interest	41
TABEL 11 Pernyataan Personality	42
TABEL 12 Pernyataan Background	43
TABEL 13 Pernyataan Age	44
TABEL 14 Pernyataan Well Known	45
TABEL 15 Pernyataan Acknowledge	46
TABEL 16 Pernyataan Recognized	47
TABEL 17 Pernyataan Identify	48
TABEL 18 Pernyataan Had Seen	49
TABEL 19 Pernyataan Good Looking	50
TABEL 20 Pernyataan Elegant	51
TABEL 21 Pernyataan Sexy	52
TABEL 22 Tabel Pernyataan Charming	53

TABEL 23 Pernyataan Classy	54
TABEL 24 Golongan Interval Variabel Daya Tarik Ambassador (X)	55
TABEL 25 Hasil Mean Daya Tarik <i>Brand ambassador</i> EXO (X)	56
TABEL 26 Pernyataan Y1. Transaksional	58
TABEL 27 Pernyataan Y2. Referensial	59
TABEL 28 Pernyataan Y3. Referensial	60
TABEL 29 Pernyataan Y4. Preferensial	61
TABEL 30 Pernyataan Y5. Preferensial	62
TABEL 31 Pernyataan Y6. Eksploratif	63
TABEL 32 Pernyataan Y7. Eksploratif	64
TABEL 33 Hasil Mean Minat Beli Produk Scarlett (Y)	65
TABEL 34 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	66
TABEL 35 Hasil Uji Variabel Lain	67

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Data Pembelian <i>Skincare</i> di <i>E-Commerce</i>	1
GAMBAR 2 <i>Brand ambassador</i> Scarlett: EXO	4

DAFTAR BAGAN

BAGAN 1 Teori SR (Stimulus-Response)	10
BAGAN 2 Hubungan Daya Tarik <i>Brand ambassador</i> EXO pada Minat Beli	19

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Hasil Uji Deskriptif dan Uji Hipotesis	79
LAMPIRAN 2 Hasil Kuesioner	80
LAMPIRAN 3 Diagram Hasil Kuesioner	124