

**PENGARUH TINGKAT KREDIBILITAS *ENDORSER* DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI MINUMAN
BERENERGI**

**(Studi Eksplanatif Iklan Televisi KUKU BIMA ENERGI Rosa Versi
“Jigojagajig” di Kecamatan Umbulharjo Yogyakarta)**

SKRIPSI



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

oleh:

ARNOLDUS MEIDIKA

07 09 03371/ kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2014**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH TINGKAT KREDIBILITAS *ENDORSER* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI MINUMAN BERENERGI

(Studi Eksplanatif Iklan Televisi KUKU BIMA ENERGI Rosa Versi
“Jigojagajig” di Kecamatan Umbulharjo Yogyakarta)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Strata 1
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh : ARNOLDUSMEIDIKA
Nim : 07 09 03371 / Kom

Disetujui oleh :


Dyah Ayu Retno W, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

PENELITIAN SKRIPSI

Dengan Judul

Judul Skripsi : PENGARUH TINGKAT KREDIBILITAS ENDORSER
DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI
MINUMAN BERENERGI
(Studi Eksplanatif Iklan Televisi KUKU BIMA ENERGI
Rosa Versi “Jigojagajig” di Kecamatan Umbulharjo
Yogyakarta)

Disusun oleh : Arnoldus Meidika

NIM : 07 09 03371 / Kom

Telah diuji dan disahkan pada :

Hari : Selasa, 21 Januari 2014
Waktu : 10.30
Tempat : Ruang Ujian Pendadaran 2

Mengetahui

F.Anita Herawati., M.Si

Penguji Utama

Dhyah Ayu Retno W, M.Si

Penguji I

Desideria Cempaka WM.,MA

Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Penulis yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Arnoldus Meidika

Nomor Mahasiswa : 07 09 03371

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Kredibilitas Endorser Dan Tingkat Brand Awareness Terhadap Minat Beli Minuman Berenergi.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar penulis kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan penulis karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir penulis secara orisinil dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, penulis bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini penulis buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 9 Januari 2014



Arnoldus Meidika

**PENGARUH TINGKAT KREDIBILITAS ENDORSER DAN BRAND
AWARENESS TERHADAP MINAT BELI MINUMAN BERENERGI
(Studi Eksplanatif Iklan Televisi KUKU BIMA ENERGI Rosa Versi
“Jigojagajig” di Kecamatan Umbulharjo Yogyakarta)**

ABSTRAK

Keberadaan *endorser* yang *kredibel* sebagai juru komunikasi diyakini dapat mengangkat *brand awareness* dan menumbuhkan minat beli masyarakat. Oleh karena itu iklan televisi Kuku Bima Ener-G versi “*Jigojagajig*” yang melibatkan sejumlah artis dan atlet berprestasi hadir ditengah masyarakat. Kehadiran Judika yang berprestasi dalam dunia tarik suara (Indonesian Idol), Bambang Pamungkas sebagai bintang sepak bola, Doni Kesuma yang merupakan atlet softball sekaligus artis, serta binaragawan Ade Rai mampu mewakili sosok-sosok insan yang kuat dan sehat karena selalu mengkonsumsi minuman berenergi. Ade Rai sebagai salah satu *endorser* dalam iklan tersebut diyakini memiliki kredibilitas dari produk yang diiklankannya karena telah dibuktikannya melalui prestasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah tingkat kredibilitas *Endorser* Dan Tingkat *Brand Awareness* berpengaruh terhadap minat beli minuman berenergi dalam iklan Kuku Bima Ener-G Rosa versi *Jigojagajig*. Variabel-variabel yang diteliti adalah kredibilitas *endorser*, *brand awareness* dan minat beli. Metode penelitian ini menggunakan metode survey sedangkan jenis penelitian adalah *explanatory research* yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan keterangan mengenai suatu permasalahan dan menjelaskan hubungan kausal melalui pengujian hipotesis, dengan lokasi penelitan di kecamatan Umbulharjo.

Penelitian ini membuktikan bahwa besarnya pengaruh kredibilitas *endorser* terhadap minat beli hanya sebesar 4,1%, oleh karena itu perusahaan diharapkan menggunakan *endorser* lain yang mempunyai kredibilitas tinggi atau *endorser* meningkatkan pengetahuan, keahlian atau pengalamannya terkait minuman berenergi. Besarnya pengaruh *brand awareness* terhadap minat beli adalah sebesar 28,6%. Hal ini berarti *brand awareness* mempunyai pengaruh yang dominan terhadap minat beli masyarakat, oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan *brand awarenessnya* agar masyarakat tertarik untuk membeli Kuku Bima Ener-G. Besarnya pengaruh antara kredibilitas *endorser* dan *brand awareness* terhadap minat beli hanya sebesar 43,2%, sedangkan sisanya sebesar 56,8% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Kredibilitas Endorser, Brand Awareness, Minat Beli*

HALAMAN MOTTO



***"Be a strong wall in the hard times and
be a smiling sun in the good times."***

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Tuhan Yesus Kristus dan orang-orang yang saya sayangi dan sangat berpengaruh dalam pengerjaan skripsi ini :

Ayahanda Yosep Priyo Budi Patmono...

Ibunda tercinta Martina Danggit...

Adik saya, Andreas Dwi Febrianto...

Keluarga Besar yang selalu mendukung...

FREAKBALLERS INDONESIA...

GREENSQUAD YOGYAKARTA....

Fisip UAJY Angkatan 2007...

Basketball Team FISIP UAJY...

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria atas berkat dan penyertaan kepada penulis hingga akhirnya penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir ini dengan melalui tahap tersulit. Menikmati setiap tahapan dan proses hingga dapat berakhir dengan kejutan dan harapan yang begitu menyenangkan. Perjuangan selama ini tentunya tidak terlepas dari dukungan banyak pihak.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam pelaksanaan dan proses pembuatan tugas akhir ini, juga permohonan maaf apabila terdapat kesalahan dan banyak merepotkan berbagai pihak. Tanpa kalian, maka tidaklah mungkin rasanya penulis dapat menyelesaikan tugas ini tanpa bantuan kalian dan berikut adalah mereka yang berjasa dalam pembuatan laporan ini :

- ♥ Yesus Kristus yang telah melimpahkan banyak sekali berkat untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik. Walaupun banyak sekali hambatan, namun Engkau selalu memberikan jalan terbaik. Thank you Papa Jesus.
- ♥ Mama dan Papa yang selalu setia memberikan semangat untuk segera menyelesaikan laporan ini. Serta kasih sayang dan juga fasilitas yang selalu diberikan. Maaf kalo selama ini penulis belum bisa membanggakan kalian. Terima kasih banyak..
- ♥ My Little Brother Andreas Dwi..
- ♥ Ibu Dhyah Ayu Retno Widyastuti.,M.Si. selaku dosen pembimbing dari mulai laporan KKL sampai Skripsi ini, terima kasih ibu untuk waktu yang telah diberikan dan senantiasa sabar dalam membimbing dan berbagi ilmu untuk saya, memberikan saran, masukan serta kritiknya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

- ♥ Precy Setyadhika P, Ayu Tunjungsari & Ryan Ortega... Kalian special, makasi banyak gak bosan-bosan support saya..
- ♥ Saudara-saudara saya FREAKBALLERS Indonesia, Abas, Goky, Iman, Erick, Avis, Edison, Dicky, Robby, Dimas, Rama, Noman, Rendy, Julio, Denny, Danur, Bayu, Ahmad, Amrie, Gapong, Fahmi, Jonet, Vito, Satya, Daris, Berto, Fendy, Kiky, Putri, Anggie, Yossie, Garnis, Andini, Theo, Boqree, Novi, Jane, Ita, Ana, RiriCuen, Gegek dll yang tidak henti-hentinya memberikan semangat untuk saya. Terima kasih juga telah membantu saya dalam setiap langkah & segala kesulitan dalam mengerjakan tugas akhir ini. SALUTE LA FAMILIA...
- ♥ Saudara seataap saya KOST IJO, Roberto Agung, Sir Asto Fergusson, Phendong #21, Okta doddy #78, Raden Emil **TNGR**, Polim india, Koko *Snowblind*, Redian, Rony coy, Aat, Andry Sellular, Andy momo, Pace Fuad, Pace Manu, Ryan, Kodok & Johan . Terima kasih untuk semangatnya, terima kasih juga sudah mendengarkan keluh kesah saya. “Keep On Rock ON”.
- ♥ Teman – teman kampus yang selalu membantu dan saling mengingatkan untuk segera lulus..., Selgy, Ibam, Titin, Lily, Dany, Dina, Irma ,Shara, Dimas, Adit Angwarmase, Ayaz Saras, Dilla, LuciaNove, Listy, bamboo dan Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis tulis satu persatu. Terima kasih untuk segala bantuan kalian.

Salam Damai,

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kerangka Teori.....	10
E.1. Komunikasi Massa	10
E.2. Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa	15
E.3. Komunikasi Pemasaran	21
E.4. Periklanan	24
E.5. Endorser	28
E.6. <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek)	33
E.7. <i>Brand Awareness</i>	36
E.8. Minat Beli	40
F. Kerangka Konsep.....	43
G. Hipotesis	44

H. Definisi Operasional.....	45
I. Metode Penelitian.....	48
 BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	
A. Profil Kuku Bima Ener-G.....	57
B. Produk.....	59
C. Distribusi dan Promosi.....	60
D. Penghargaan (<i>Awards</i>).....	62
E. Iklan Kuku Bima Ener-G Versi Jigojagajig.....	66
F. Visi dan Misi Perusahaan.....	68
 BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Uji Instrumen Penelitian.....	70
1. Uji Validitas.....	70
2. Uji Reliabilitas.....	73
B. Statistik Deskriptif.....	74
C. Uji Hipotesis.....	87
a. Uji Anova (F).....	88
b. Uji Parsial (t).....	89
c. Uji Koefisien Korelasi Parsial.....	90
d. Uji Koefisien Determinasi.....	91
D. Pembahasan.....	91
 BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Total Merek Minuman Energi di Indonesia.....	4
Table 2 : Total Pangsa Pasar Minuman Energi di Indonesia.....	5
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kredibilitas <i>Endorser</i>	70
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	70
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	71
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kredibilitas Endoser.....	72
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Brand Awareness.....	72
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Minat Beli.....	73
Tabel 3.6 Statistik Deskriptif Variabel Kredibilitas <i>Endorser</i>	73
Tabel 3.13 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i>	77
Tabel 3.19 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli.....	80
Tabel 3.26 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	83
Tabel 3.27 Hasil Uji Anova (F).....	84
Tabel 3.28 Hasil Uji Parsial (t).....	85
Tabel 3.29 Uji Koefisien Korelasi Parsial.....	86
Tabel 3.29 Uji Koefisien Determinasi.....	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Brand Knowledge Model</i> (Keller, 1998).....	37
Gambar 1. Hipotesis Penelitian.....	48
Gambar 1. Varian rasa Kuku Bima Ener-G.....	61
Gambar 2. Penghargaan " Best Brand " dari Frontier dan majalah SWA, untuk produk KukuBima.....	64
Gambar 3. Peringkat pangsa pasar <i>top brand</i> minuman energi tahun 2007.....	64
Gambar 4. Merek Dagang Unggulan Indonesia 2003.....	65
Gambar 5. Penghargaan " ICOSA 2002 ", untuk produk KukuBima / Kategori Jamu dan Obat Kuat Pria.....	66