

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* HAN SO HEE
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SOMETHINC**

TUGAS AKHIR



Enggar Widya Pramesti

1191003003

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA**


2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Enggar Widya Pramesti

NIM : 1191003003

Tanda Tangan : 

Tanggal : 20 Desember 2023

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh

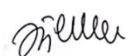
Nama : Enggar Widya Pramesti
NIM : 1191003003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Han So Hee Terhadap Minat Beli Produk Somethinc

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Nina Widyawati M. Si ()

Penguji I : Nur Kholisoh, M.Si., Dr. ()

Penguji II : Ajenk Ningga Citra ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 2 Februari 2024

HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING

NAMA MAHASISWA / NIM	Enggar Widya Pramesti / 1191003003
JUDUL SKRIPSI	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Han So Hee Terhadap Minat Beli Produk Somethinc
DISETUJUI TANGGAL	
PEMBIMBING	Dr. Nina Widyawati M. Si
PEMBAHAS	Nur Kholisoh, M.Si., Dr.
PENGUJI	Ajenk Ningga Citra

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas nikmat dan anugerah-Nya sehingga penulis masih diberi kesempatan untuk dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “**Pengaruh *Brand Ambassador Han So Hee Terhadap Minat Beli Produk Somethinc***”, dengan baik. Penyusunan tugas akhir ini dibuat dalam rangka untuk memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dalam Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Dalam penyusunan tugas akhir ini banyak pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan kepada penulis. Oleh karena itu, tidak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu, Bapak dan juga mas Wicak yang telah memberikan dukungan dan semangat yang penuh kepada penulis selama penulis menyusun penulisan Tugas Akhir.
2. Dr. Nina Widyawati M. Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian Tugas Akhir.
3. Nur Kholisoh, M.Si., Dr. dan Ajenk Ningga Citra selaku dosen penguji dalam sidang Tugas Akhir penulis yang memberikan masukan dalam penulisan Tugas Akhir dan memberikan masukan kepada penulis.
4. Teman – teman HIA yaitu Jilan Firyal, Richel Amelia, Jerry Cahaya, Taufik Nabil Irfan, Noufally Wijaya, Muhammad Isa, dan Iqbal Rizki Ramadhan atas dukungan dan membantu penulis dalam proses penyusunan Tugas Akhir.

5. Sahabat SMA, Riska Mutiara, Zahra Azizah, Shafa Lelita, Putri Martina, Dwi Nabila, Nadia Ananda atas dukungan yang diberikan kepada penulis.
6. Rayyanza Malik Ahmad (Cipung), yang selalu menjadi *mood booster* penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.

Penulis sangat menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga dapat dijadikan referensi bagi penulis guna perbaikan di masa yang akan datang. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak yang terkait kedepannya.

Jakarta, 20 Desember 2023

Penulis

Enggar Widya Pramesti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Enggar Widya Pramesti

NIM : 1191003003

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* HAN SO HEE TERHADAP MINAT BELI PRODUK SOMETHINC

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 20 Desember 2023

Yang Menyatakan



(Enggar Widya Pramesti)

**Pengaruh *Brand Ambassador* Han So Hee Terhadap Minat Beli Produk
Somethinc**

Enggar Widya Pramesti

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *brand ambassador* Han So Hee terhadap minat beli *brand* Somethinc. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada audiens yang mengetahui *brand* Somethinc dan mengikuti akun Instagram @somethincofficial melalui sosial media *Whatsapp, Instagram, dan Twitter*. Audiens yang dipilih adalah audiens yang mengetahui Han So Hee dan sudah paham dengan jual beli online. Dalam penelitian ini, Teknik yang digunakan untuk penarikan sampel adalah teknik *Non-Probability Sampling* dengan kriketia yang sudah ditentukan dan menggunakan metode analisis data regresi linear sederhana. Data yang sudah didapatkan diolah dengan menggunakan SPSS untuk melihat pengaruh dari variabel *brand ambassador* Han So Hee yang mempengaruhi minat beli produk Somethinc. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan *brand ambassador* Han So Hee berpengaruh terhadap minat beli produk Somethinc dengan nilai signifikansi 0,000. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel (X) *brand ambassador* berpengaruh terhadap variabel (Y) minat beli.

Kata Kunci : *Brand Ambassador, Minat Beli*

The Effect of Brand Ambassador Han So Hee on Interest in Buying Somethinc Products

Enggar Widya Pramesti

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand ambassador Han So Hee on buying interest in the Somethinc brand. This research uses a quantitative method by distributing questionnaires to audiences who know the somethinc brand and follow the Instagram account @somethincofficial via social media WhatsApp, Instagram, and Twitter. The selected audience is an audience who knows Han So Hee and is familiar with online buying and selling. In this research, the technique used for sampling is the Non-Probability Sampling technique with predetermined criteria and using a simple linear regression data analysis method. The data that has been obtained is processed using SPSS to see the influence of the Han So Hee brand ambassador variable which influences interest in buying Somethinc products. Based on the results of research conducted by brand ambassador Han So Hee, it influences interest in buying Somehinc products with a significance value of 0.000. Therefore, it can be concluded that the variable (X) brand ambassador influences the variable (Y) purchasing interest.

Keywords: Brand Ambassador, Purchase Interest

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	I
HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING.....	III
KATA PENGANTAR	IV
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	VI
ABSTRAK.....	VII
<i>ABSTRACT</i>	VIII
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR	XIII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	9
1.3 TUJUAN PENELITIAN	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	9
1.4.1 <i>Manfaat Teoritis</i>	9
1.4.2 <i>Manfaat Praktis</i>	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	10
2.1 DEFINISI KONSEP	10
2.1.1 <i>Komunikasi Pemasaran</i>	10
2.1.2 <i>Brand Ambassador</i>	14
2.2 PENELITIAN TERDAHULU.....	19
2.3 KERANGKA BERPIKIR.....	24
2.4 HIPOTESIS.....	25
BAB III.....	26
METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 DESAIN DAN PENDEKATAN.....	26
3.2 POPULASI DAN SAMPLING	27
3.2.1 <i>Populasi</i>	27
3.2.2 <i>Sampling</i>	27
3.3 PENGUMPULAN DATA DAN PENGUKURAN	29
3.4 ANALISIS DATA.....	29
3.4.1 <i>Uji Instrumen</i>	30
3.4.2 <i>Uji Validitas</i>	30
3.4.3 <i>Uji Reliabilitas</i>	30
3.4.4 <i>Statistik Deskriptif</i>	31
3.4.5 <i>Uji Regresi Linear Sederhana</i>	31
3.4.7 <i>Uji Hipotesis</i>	32
3.5 VALIDASI DATA	24

3.5.1 <i>Validitas</i>	24
3.5.2 <i>Reliabilitas</i>	25
3.6 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	33
BAB IV.....	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 GAMBARAN PENELITIAN	38
4.1.1 PROFILE HAN SO HEE	40
4.2 PENYAJIAN DATA	41
4.2.1 <i>Karakteristik Responden</i>	42
4.2.2 <i>Analisis Deskriptif</i>	45
4.2.3 <i>Deskripsi Jawaban Responden</i>	46
4.2.4 <i>Pre-Test Kuesioner</i>	67
4.2.5 <i>Analisis Regresi Linear Sederhana</i>	70
4.2.6 <i>Uji Hipotesis</i>	71
4.3 PEMBAHASAN DAN DISKUSI.....	74
BAB V.....	79
5.1 KESIMPULAN	79
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Operasional Variabel	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	34
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4.2 Usia Responden	42
Tabel 4.3 Domisili Responden	43
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden	44
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	45
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel	46
Tabel 4.7 Dimensi <i>Visibility</i>	46
Tabel 4.8 Tabulasi Silang dimensi <i>visibility</i>	48
Tabel 4.9 Dimensi <i>Credibility</i>	49
Tabel 4.10 Tabulasi Silang dimensi <i>credibility</i>	51
Tabel 4.11 Dimensi <i>Attraction</i>	52
Tabel 4.12 Tabulasi Silang dimensi <i>attraction</i>	53
Tabel 4.13 Dimensi Power.....	54
Tabel 4.14 Tabel Tabulasi Silang dimensi <i>power</i>	55
Tabel 4.15 Dimensi Minat Transaksional	57
Tabel 4.16 Tabel Tabulasi Silang Dimensi Minat Transaksional	58
Tabel 4.17 Dimensi Minat Referensial	59
Tabel 4.18 Tabel Tabulasi Silang Dimensi Referensial	61
Tabel 4.19 Tabel Dimensi Minat Preferensial.....	62
Tabel 4.20 Tabel Tabulasi Silang Dimensi Minat Preferensial	63
Tabel 4.21 Tabel Dimensi Minat Eksploratif	64
Tabel 4.22 Tabel Tabulasi Silang Dimensi Minat Eksploratif	66
Tabel 4.23 Uji Validitas	68
Tabel 4.24 Uji Realibilitas	70
Tabel 4.25 Uji Regresi Sederhana	71
Tabel 4.26 Uji T	72
Tabel 4.27 Uji F	73

Tabel 4.28 Koefisien Determinasi	74
---	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Merek <i>Skincare</i> Yang Paling Banyak Diminati Pada April – Juni 2022 di <i>E-Commerce</i>	3
Gambar 1.2 Hasil Survei Data Juni 2022 Produk Yang Membentuk Ingatan Responden Mengenai Idol Korea Selatan	4
Gambar 1.3 Postingan Perkenalan Han So Hee Sebagai Beauty Guru Atau <i>Brand Ambassador</i>	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Berpikir	24
Gambar 3.1 Data Uji Validitas ke 30 Responden	33
Gambar 3.2 Uji Reabilitas Variabel X	34
Gambar 3.3 Uji Reabilitas Variabel Y	35
Gambar 4.1 Logo <i>Somehinc</i>	39
Gambar 4.2 Han So Hee	40
Gambar 4.3 Sapaan Han So Hee X <i>Somehinc</i>	76
Gambar 4.4 Komentar dari akun Instagram <i>Somehinc</i>	77