

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAKSO RUSUK SUNANGIRI
(Studi Eksplanatif Pada Akun Instagram @tanboy_kun)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi**



Oleh:

TIARA LARASWATI

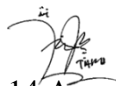
1161003079

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

2020

HALAMAN PENGESAHAN ORISINALITAS

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

Nama : Tiara Laraswati
NIM : 1161003079
Tanda Tangan : 
Tanggal : 14 Agustus 2020




HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Tiara Laraswati
NIM : 1161003079
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Rusuk Sunangiri (Studi Eksplanatif Pada Akun Instagram @Tanboy_kun)

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 : Tuti Widiastuti, M.Si, Dr. ()
Penguji : Mochammad Kresna Noer, M.Si.,Dr. ()
Penguji : Hanny Nurahmawati, M.Ikom. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 31 Agustus 2020

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Rusuk Sunangiri (Studi Eksplanatif Pada Akun Instagram @Tanboy_kun)” ini dengan baik dan tepat waktu. Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menemukan beberapa halangan dan rintangan, seperti baik itu dari faktor internal ataupun faktor eksternal. Namun dengan segala dukungan, dorongan motivasi serta pertolongan dari Yang Maha Kuasa, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapatkan banyak pengalaman dan ilmu baru yang sangat bermanfaat bagi penulis untuk kedepannya ketika penulis memasuki dunia kerja. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, di antaranya penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa beserta Nabi Muhammad SAW

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT beserta junjungannya Rasulullah SAW yang senantiasa melimpahkan kesehatan, ketenangan, keberanian dan ketakutan kepada penulis, sehingga tugas akhir ini terselesaikan dengan baik.

2. Ayah, Ibu, Herlina, Fathan Keluarga Tercinta

Terimakasih kepada Mama, Bapak, Kakak dan Adik tercinta yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis untuk tetap semangat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih selalu ada saat penulis merasa jenuh dan lelah. Keluarga ini selalu memberikan penulis motivasi hingga penulis bisa bangkit dan kembali terpacu untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

3. Ibu Tuti Widiastuti, M.Si, Dr.

Ucapan terima kasih tak terhingga penulis ucapkan kepada Ibu Tuti telah menjadi dosen pembimbing skripsi yang amat baik hati dan *responsible*. Di sela-sela kesibukannya, Ibu Tuti tidak bosan untuk mengingatkan penulis menyelesaikan

tugas akhir ini dengan sepenuh hati, meluangkan waktu untuk mengarahkan tugas akhir penulis hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi. Terima kasih juga karena memberi kesempatan penulis untuk terus mengerjakan walau tengat *deadline*, dan selalu memberi support dalam situasi pandemic disaat ini.

4. Ibu Dra. Suharyanti, MSM.

Ucapan terima kasih kepada Ibu Yanti, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang sudah senantiasa memberikan bimbingan selama penulis menjalankan perkuliahan dan membantu penulis mendapatkan dosen pembimbing yang terbaik.

5. Ibu Eli Jamilah Mihardja, Ph. D

Ucapan terima kasih kepada Ibu Eli, selaku dosen pembimbing akademik penulis yang sudah senantiasa memberikan bimbingan selama penulis menjalankan perkuliahan dan sering mempercayakan kepada penulis untuk ikut proyek bersama.

6. Ahmad Ghifari dan Jessy Ramadhanty

Terima kasih kepada Bang Ghifari dan Jessy selaku pemegang Restoran Bakso Rusuk Sunangiri, yang memberi kesempatan untuk usahanya diteliti. Terima kasih juga mendoakan agar cita-cita penulis dan skripsi ini tercapai. Semoga Bakso Rusuk Sunangiri terus berkembang lebih baik lagi.

7. Rafinda Maulana Dasman

Terima kasih kepada Rafinda kekasih penulis yang selalu ada saat sakit, selalu memberikan semangat, mendengar keluh kesah dalam mengerjakan skripsi ini, membantu penyusunan format penulisan, menemani dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik, dan juga selalu menemani makan di tempat *favorite* kita. Semoga skripsi ini menjadi saksi mata perjuangan kita.

8. Bogel dan Panda

Terima kasih kepada kucing kesayangan yang menemani dikala stress akan pandemic yang mengharuskan dirumah. Menghibur dengan tingkah laku kalian dan menjadi tempat curhat serta pendengar baik penulis disaat hilang mood mengerjakan skripsi maupun kerjaan.

9. Ryzka, Widia, Fifi dan Farhan

Teman-teman Kampusku dan Partnerku yaitu Fifi teman akademik penulis, Widia teman *gossip* dan kuliner penulis, Ryzka tempat keluh kesah sekaligus teman yang selalu ada saat penulis butuh, Farhan partner kerja sampingan di Bakso Rusuk Sunangiri plus *driver* penulis, mereka selalu penyemangat penulis selama di kuliah.

10. Siti Nurartina, Naufal Galih, Yahzid Hafist, Ulandari dan Fidya Annastia

Siti, Hapis, Fidya, Dori dan Nopal, terima kasih sudah membantu mengarahkan penulis dan menjadi teman diskusi serta keluh kesah bagi penulis hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.

11. Geng Teman Hidup

Teman-teman Teman Hidup yaitu Lina, Maula, Jen, Putri, Wulan dan Riko yang sudah mendukung dan mendoakan agar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik agar bisa menyusul kelulusan kalian.

12. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016

Terima kasih untuk teman-teman Ilmu Komunikasi 2016 yang telah bersama-sama berjuang dari tahun pertama dan selalu memberikan warna kehidupan selama penulis menjalani perkuliahan dan mendukung penulis agar segera menyelesaikan skripsi ini.

13. Teman-teman *Marcomm* 2016

Terima kasih telah sama-sama berjuang dari tahun pertama dan selalu memberikan warna kehidupan selama penulis menjalani perkuliahan dan mendukung penulis agar segera menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Penulis,



Tiara Laraswati

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAKSO RUSUK SUNANGIRI**

(Studi Eksplanatif Pada Akun Instagram @Tanboy_kun)

Tiara Laraswati

ABSTRAK

Konten Instagram *food vlogger* Tanboykun sering memuat konten berbagai kuliner seluruh Indonesia, sering kali konten Tanboykun dimanfaatkan sebagai kegiatan *inbound marketing* untuk mempromosikan produk restoran atau industri *food and beverages* lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk Peneliti ingin mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh *celebrity endorser* food vlogger Tanboykun terhadap keputusan pembelian produk restoran Bakso Rusuk Sunangiri serta Peneliti ingin mengkaji dan menganalisis tahapan dalam keputusan pembelian konsumen Bakso Rusuk Sunangiri. Variabel X (*Celebrity Endorser*) memiliki kriteria-kriteria yang menjadi tolak ukur seperti *trustworthy*, *expertise*, *attractiveness*, *respect*, dan *similarity*. Variabel Y Keputusan pembelian memiliki beberapa kriteria seperti pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian eksplanatif. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini menggunakan sampel nonprobability sampling dan teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah *purposive* sampling. Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan Regresi Linier Sederhana. Hasil dari uji t menunjukkan angka 2.665 yang jika dibandingkan dengan t tabel 1,660 jauh lebih besar, begitu juga dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,10$. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *celebrity endorser* model terhadap keputusan pembelian Bakso Rusuk Sunangiri.

Kata kunci: Selebriti Endorser, Keputusan Pembelian, Konten Instagram, *Food Vlogger*, *Inbound Marketing*.

**INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSEMENT ON CONSUMER
PURCHASE DECISION IN BAKSO RUSUK SUNANGIRI
(Explanative Study On Instagram Account @Tanboy_kun)**

Tiara Laraswati

ABSTRACT

Tanboykun's food vlogger Instagram content often includes various culinary content throughout Indonesia, Tanboykun often used his content as an inbound marketing activity to promote restaurant products or other food and beverages industries. The variable X (Celebrity Endorser) has criteria that become benchmarks such as trustworthiness, expertise, attractiveness, respect, and similarity. Variable Y Purchasing decisions have several criteria such as recognition of needs, information seeking, evaluation of alternatives, purchasing decisions, and post-purchase behavior. This study uses a quantitative approach using explanative research type. The sampling technique used in this study was nonprobability sampling and the sampling technique used was purposive sampling. The data analysis technique used in this study was Simple Linear Regression. The result of the t test shows the number 2,665 which when compared to the t table is much larger, as well as the significance value of $0.009 < 0.05$. So it can be concluded that there is an influence of the celebrity endorser model on the purchase decision of Bakso Rusuk Sunangiri. This study aims for the researcher to know and analyze the influence of the celebrity endorser food vlogger Tanboykun on the purchase decision of Bakso Rusuk Sunangiri restaurant and the researcher wants to study and analyze the stages in consumer purchasing decisions of Bakso Rusuk Sunangiri.

Keywords: *Celebrity Endorser, Purchase Decision, Instagram Content, Food Vlogger, Inbound Marketing.*

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PENGESAHAN ORISINALITAS | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 12 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 12 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 13 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 13 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 13 |
| | |
| BAB II KERANGKA TEORETIS | 14 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya..... | 14 |
| 2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Teoretis..... | 37 |
| 2.2.1 Komunikasi Pemasaran | 37 |
| 2.2.2 Promosi..... | 38 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.2.3 | Perilaku Konsumen | 40 |
| 2.2.4 | Celebrity Endorser..... | 41 |
| 2.2.5 | Keputusan Pembelian | 43 |
| 2.3 | Kerangka Teoretis..... | 45 |
| 2.4 | Hipotesis | 46 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | | 47 |
| 3.1 | Metode Penelitian | 47 |
| 3.2 | Populasi dan Sampling | 47 |
| 3.2.1 | Populasi | 47 |
| 3.2.2 | Sampling..... | 48 |
| 3.3 | Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 49 |
| 3.3.1 | Data Primer..... | 49 |
| 3.3.2 | Data Sekunder | 50 |
| 3.3.3 | Teknik Pengumpulan Data | 50 |
| 3.4 | Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel | 51 |
| 3.4.1 | Definisi Konseptual..... | 51 |
| 3.4.1.1 | Variabel Independen (Bebas) | 51 |
| 3.4.1.2 | Variabel Dependen (Terikat)..... | 53 |
| 3.4.2 | Operasionalisasi Variabel | 54 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data | 58 |
| 3.5.1 | Analisis Deskriptif..... | 58 |
| 3.5.2 | Analisis Regresi Linear Sederhana..... | 58 |
| 3.5.3 | Uji F..... | 58 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 3.5.4 | Uji T | 59 |
| 3.6 | Teknik Pengujian Keabsahan Data..... | 59 |
| 3.6.1 | Uji Validitas | 59 |
| 3.6.2 | Uji Realibilitas..... | 59 |
| 3.7 | Keterbatasan Penelitian | 60 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 61 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 61 |
| 4.1.1 | Profil Bakso Rusuk Sunangiri | 61 |
| 4.1.2 | Profil Tanboykun..... | 63 |
| 4.1.3 | Gambaran Postingan Video Review Makan Bakso Rusuk Sunangiri Pada Akun Instagram <i>Food vlogger</i> Tanboykun..... | 65 |
| 4.2 | Hasil Penelitian..... | 66 |
| 4.2.1 | Karakteristik Responden | 67 |
| 4.2.2 | Statistik Deskriptif Variabel Penelitian | 70 |
| 4.2.2.1 | Analisis Variabel Celebrity Endorser | 70 |
| 4.2.2.2 | Analisis Variabel Keputusan Pembelian | 78 |
| 4.2.3 | Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas | 86 |
| 4.2.3.1 | Hasil Uji Validitas | 86 |
| 4.2.3.2 | Hasil Uji Reliabilitas | 88 |
| 4.2.4 | Hasil Pengujian Hipotesis | 89 |
| 4.2.4.1 | Hasil Uji Normalitas | 89 |
| 4.2.4.2 | Hasil Uji Multikolinearitas | 90 |
| 4.2.4.3 | Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 91 |

| | |
|--|-----|
| 4.2.4.4 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana | 92 |
| 4.2.4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 95 |
| 4.2.4.6 Temuan Penelitian | 96 |
| 4.3 Pembahasan | 98 |
| 4.3.1 Variabel <i>Celebrity Endorser</i> | 98 |
| 4.3.2 Variabel Keputusan Pembelian | 103 |
| 4.3.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Rusuk Sunangiri & Analisis Data Berdasarkan Penelitian Sebelumnya | 109 |
| 4.3.4 Implikasi Dari Analisis Data Penelitian | 112 |
| BAB V KESIMPULAN | 114 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 114 |
| 5.2 Saran | 115 |
| DAFTAR PUSTAKA | 116 |
| LAMPIRAN | 119 |

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kata Data Pengguna Internet di Indonesia..... 1

Gambar 1.2 Kata Data Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan Di Indonesia 2

Gambar 1.3 Hootsuite We Are Social Digital Report 2019..... 3

Gambar 1.4 Hootsuite We Are Social Digital Report 2019..... 3

Gambar 1.5 Survey Jumlah Responden Yang Mengikuti Food Vlogger 9

Gambar 1.6 Instagram dan Feed Instagram @Tanboy_kun 10

Gambar 2.7 Kerangka Teoritis..... 45

Gambar 4.1 Logo Bakso Rusuk Sunangiri..... 61

Gambar 4.2 Instagram Bakso Rusuk Sunangiri 61

Gambar 4.3 Foto Tanboykun (Bara Ilham)..... 64

Gambar 4.4 Tampilan Video Instagram akun Food vlogger @Tanboy_kun..... 65

Gambar 4.5 Komentar Followers Tanboykun Review Makan BRSG..... 66

Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 68

Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 69

Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 69

Gambar 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan..... 70

Gambar 4.10 Hasil Uji Normalitas Data 90

Gambar 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas 91

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Lima Food Vlogger kuliner Populer di Indonesia | 8 |
| Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya | 20 |
| Tabel 3.1 Interval Skala Likert..... | 51 |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel | 54 |
| Tabel 3.3 Koefisien Reliabilitas dan Interpretasinya | 60 |
| Tabel 4.1 Cabang Bakso Rusuk Sunangiri..... | 62 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden | 67 |
| Tabel 4.3 Analisis Varibel <i>Celebrity Endorser</i> | 71 |
| Tabel 4.4 Analisis Varibel Keputusan Pembelian..... | 78 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kuesioner (X)..... | 86 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kuesioner (Y)..... | 87 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner | 88 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas | 90 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana | 92 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik F..... | 94 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik T..... | 94 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 96 |