“PENGARUH ENDORSEMENT IKLAN YOUTUBE POCARI SWEAT FADIL JAIDI TERHADAP MINAT BELI PRODUK”

(Survey Pada Viewer Di Akun Youtube @PocariID)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Malik Abdullah Gusmiardi

44522010083

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

“PENGARUH ENDORSEMENT IKLAN YOUTUBE POCARI SWEAT FADIL JAIDI TERHADAP MINAT BELI PRODUK”

(Survey Pada Viewer Di Akun Youtube @PocariID)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi

Malik Abdullah Gusmiardi

44522010083

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Malik Abdullah Gusmiardi

NIM : 44522010083

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"Pengaruh Endorsement Iklan Youtube Pocari Sweat Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Produk (Survey Pada Viewer Di Akun Youtube @PocariID)" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme , pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 Agustus 2026



Malik Abdullah Gusmiardi

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
AKREDITASI UNGGUL

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama	: **Malik Abdullah Gusmiardi**
NIM	: 44522010083
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Digital Communication

Dengan judul " PENGARUH ENDORSEMENT POCARI SWEAT FADIL JAIDI TERHADAP MINAT BELI PRODUK (Survery Pada Viewer Di Akun @PocariID)" ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 31 Agustus 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 15%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 1 September 2026
Administrator Turnitin

Rizki Agustin. M.I.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI
Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
http://www.mercubuana.ac.id, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Malik Abdullah Gusmiardi
NIM	:	44522010083
Fakultas/Program Studi	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Endorsement Iklan Youtube Pocari Sweat Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Produk (Survey Pada Viewer Di Akun Youtube @PocariID)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 19 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

(Yogi Prima Muda, M.I.Kom)
NIDN/NUPTK: 0328108106

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 28 Agustus 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi	Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)	(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0318116602	NIDN/NUPTK: 0301117301

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "PENGARUH ENDORSEMENT IKLAN YOUTUBE POCARI SWEAT FADIL JAIDI TERHADAP MINAT BELI PRODUK (Survei Pada Viewer Di Akun YouTube @PocariID)". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa penyelesaian karya ilmiah ini tidak akan mungkin tercapai tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan penuh rasa hormat peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Maskur dan Sri Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dan semangat yang tak ternilai dalam setiap langkah perjalanan akademik saya.
2. Yogi Prima Muda, S,Pd, M,Ikom. dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, koreksi, dan masukan yang sangat berharga sejak awal hingga akhir proses penyusunan skripsi.
3. Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si. Selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu saya dalam perjalanan penyusunan Skripsi ini.
4. Teruntuk Perempuan hebat dengan NIM 44222010226 yang selalu ada di setiap proses ini. Terima kasih sudah menjadi tempat paling nyaman untuk pulang, pendengar yang paling sabar saat peneliti mengeluh, dan penyemangat nomor satu.
5. Esa dan Raffi Teman-teman seperjuangan di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah menjadi sumber motivasi dan inspirasi selama menjalani masa studi dan penyusunan skripsi ini.

lib.mercubuana.ac.id

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi penyempurnaan karya ilmiah ini. Besar harapan peneliti, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang komunikasi pemasaran digital, maupun sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya. Dengan ketulusan dan kerendahan hati peneliti ucapkan rasa terimakasih.

Jakarta, 28 Agustus 2026

Peneliti,

Malik Abdullah Gusmiardi

(44522010083)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama	:	Malik Abdullah Gusmiardi
NIM	:	44522010083
Fakultas/Program Studi	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Endorsement Iklan Youtube Pocari Sweat Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Produk (Survey Pada Viewer Di Akun Youtube @PocariID)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, 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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Agustus 2026
Yang menyatakan,



(Malik Abdullah Gusmiardi)

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH ENDORSEMENT IKLAN YOUTUBE POCARI SWEAT FADIL JAIDI TERHADAP MINAT BELI PRODUK (Survei Pada Viewer Di Akun YouTube @PocariID)

MALIK ABDULLAH GUSMIARDI

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menggeser paradigma pemasaran dari metode konvensional menuju digital marketing, di mana perusahaan seperti PT Amerta Indah Otsuka memanfaatkannya secara masif melalui strategi celebrity endorsement di platform YouTube untuk membangun kedekatan personal sekaligus mendorong minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh endorsement Fadil Jaidi dalam iklan Pocari Sweat di kanal YouTube @PocariID terhadap minat beli para penontonnya. Landasan teoretis penelitian ini mengintegrasikan konsep Digital Marketing, model AIDA *(Attention, Interest, Desire, Action)*, teori Media Baru, serta dimensi karakteristik celebrity endorsee TEARS *(Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, Respect, Similarity)*. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei berlandaskan paradigma positivistik, penelitian ini mengambil populasi sebanyak 10.491.151 viewer iklan Pocari Sweat di kanal YouTube @PocariID. Melalui teknik non-probability sampling jenis purposive sampling dan perhitungan rumus Slovin pada toleransi kesalahan 5,77%, diperoleh sampel sebanyak 300 responden. Data dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana dan uji t, dengan profil responden didominasi oleh kelompok usia 17–25 tahun (57%) dan berjenis kelamin perempuan (54,3%), serta bentuk engagement tertinggi berupa fitur like (39%). Hasil penelitian membuktikan bahwa endorsement iklan YouTube Pocari Sweat yang dibawakan oleh Fadil Jaidi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk pada viewer di akun YouTube @PocariID, sehingga strategi promosi digital berbasis figur publik terbukti efektif dalam menggerakkan keputusan pembelian audiens.

Kata Kunci: Digital Marketing, Celebrity Endorsement, Fadil Jaidi, Model AIDA, TEARS, Minat Beli.

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH ENDORSEMENT IKLAN YOUTUBE POCARI SWEAT FADIL JAIDI TERHADAP MINAT BELI PRODUK (Survei Pada Viewer Di Akun YouTube @PocariID)

MALIK ABDULLAH GUSMIARDI

ABSTRACT

The rapid development of information and communication technology has shifted the marketing paradigm from conventional methods to digital marketing, where companies such as PT Amerta Indah Otsuka extensively utilize celebrity endorsement strategies on the YouTube platform to build personal connections while driving consumer purchase intention. This study aims to examine and analyze the extent of the influence of Fadil Jaidi's endorsement in Pocari Sweat advertisements on the @PocariID YouTube channel regarding the purchase intention of its viewers. The theoretical framework integrates the concept of Digital Marketing, the AIDA model (Attention, Interest, Desire, Action), New Media theory, and the TEARS celebrity endorsee dimension (Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, Respect, Similarity). Employing a quantitative approach with a survey method grounded in a positivistic paradigm, this study targets a population of 10,491,151 viewers of Pocari Sweat advertisements on the @PocariID YouTube channel. Utilizing a non-probability sampling technique with purposive sampling and Slovin's formula calculation at a 5.77% margin of error, a sample of 300 respondents was obtained. Data were analyzed using simple linear regression and t-test, with the respondent profile dominated by the 17–25 age group (57%) and females (54.3%), featuring the highest engagement in the form of likes (39%). The results demonstrate that the YouTube advertisement endorsement of Pocari Sweat by Fadil Jaidi has a significant positive influence on viewer purchase intention on the @PocariID YouTube channel, proving that digital promotion strategies leveraging public figures effectively drive audience purchase decisions.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Keywords: *Digital Marketing, Celebrity Endorsement, Fadil Jaidi, AIDA Model, TEARS, Purchase Intention.*

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....0
HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
KATA PENGANTAR v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI vii
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang..... 1
1.2 Rumusan Masalah 12
1. Manfaat Teoritis 13
2. Manfaat Praktis..... 13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 14
2.1 Penelitian Terdahulu ……14
2.2 Kajian Teoriti …….....22
2.2.1 Digital Marketing..... 23
2.2.2 AIDA..... 25
2.2.3 Media Baru 29
2.2.5 Celebrity Endorsement..... 33
2.2.6 TEARS…….35
2.2.7 Minat Beli……37
2.2 Hipotesis Teori 39

lib.mercubuana.ac.id

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 40
3.1 Paradigma Penelitian ……40
3.2 Metode Penelitian 42
3.3 Populasi dan Sampel ……44
3.3.1 Populasi..... 44
3.3.2 Sampel 45
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel..... 47
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep 49
3.4.1 Definisi Konsep 49
3.4.2 Operasionalisasi Konsep 51
3.5 Teknik Pengumpulan Data..... 54
3.5.1 DataPrimer……..54
3.5.2 Data Sekunder……..……54
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas 57
3.6.1 Uji Validitas..... 57
3.6.2 Hasil Uji Validitas..... 58
3.7.4 Uji t (Parsial) 60
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN 69
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 69
4.1.1 Akun Youtube @PocariID 70
4.1.2 Pengaruh dan Jangkauan Iklan Youtube @PocariID 73
4.2 Hasil Penelitian 76
4.2.1 Karateristik Responden 76
4.2.1.1 Berdasarkan Usia..... 76
4.2.2 Hasil Analisis Data Variabel X (Endorsement) 81
4.2.3 Hasil Analisis Data Variabel Y (Minat Beli) 96
4.2.4 Analisis Data 111
4.3 Hasil Analisis Data..... 119
4.3.1 Multi Succesive Interval..... 119
4.4 Pembahasan..... 120
4.4.1 Pengaruh Endorsement terhadap Minat Beli..... 123

lib.mercubuana.ac.id

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 126
5.1 Simpulan 126
5.2 Saran..... 128
DAFTAR PUSTAKA 131
LAMPIRAN 134

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 18
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep.....52
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....59
Tabel 3. 3 Hasil uji validitas untuk variabel Minat Beli (Y).....60
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X 63
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y 64
Tabel 4. 2 Usia 76
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin.....77
Tabel 4. 4 Pengguna Youtube.....78
Tabel 4. 5 Paparan Konten.....79
Tabel 4. 6 Aktivitas Pada Youtube @PocariID 80
Tabel 4. 7 Saya percaya informasi produk yang disampaikan oleh Fadil Jaidi dalam iklan.....81
Tabel 4. 8 Saya menilai Fadil Jaidi menyampaikan informasi secara jujur dalam iklan. 82
Tabel 4. 9 Saya merasa Fadil Jaidi menyampaikan informasi produk dengan penuh tanggung jawab. 83
Tabel 4. 10 Fadil Jaidi terlihat memahami produk yang dipromosikannya. 84
Tabel 4. 11 Fadil Jaidi mampu menjelaskan produk dengan jelas.....85
Tabel 4. 12 Informasi produk yang disampaikan sesuai dengan fungsi produk. 86
Tabel 4. 13 Fadil Jaidi memiliki gaya penyampaian yang unik dalam iklan. 87
Tabel 4. 14 Penampilan Fadil Jaidi dalam iklan menarik perhatian saya. 88
Tabel 4. 15 Fadil Jaidi menyampaikan iklan dengan cara yang humoris dan menghibur. 89
Tabel 4. 16 Saya menilai Fadil Jaidi memiliki reputasi yang positif di masyarakat. 90
Tabel 4. 17 Saya menghargai profesionalisme Fadil Jaidi dalam menyampaikan iklan. 91
Tabel 4. 18 Saya menilai Fadil Jaidi memiliki citra yang positif di media sosial.....92
Tabel 4. 19 Saya merasa memiliki kesamaan gaya hidup dengan Fadil Jaidi. 93
Tabel 4. 20 Saya merasa terhubung dengan karakter yang ditampilkan oleh Fadil Jaidi. 94
Tabel 4. 21 Saya merasa cara berbicara Fadil Jaidi relatable dengan saya. 95
Tabel 4. 22 Saya memperhatikan iklan Pocari Sweat yang dibintangi Fadil Jaidi di YouTube.....96
Tabel 4. 23 Saya memperhatikan informasi mengenai Pocari Sweat yang disampaikan oleh Fadil Jaidi dalam iklan. 97
Tabel 4. 24 Iklan Pocari Sweat yang dibintangi Fadil Jaidi membuat perhatian saya tertuju pada produk. 98
Tabel 4. 25 Saya tertarik terhadap produk Pocari Sweat setelah menonton iklan tersebut. 99
Tabel 4. 26 Saya tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang Pocari Sweat setelah menonton iklan tersebut. 100
Tabel 4. 27 Iklan tersebut membuat saya ingin mencari informasi lebih lanjut mengenai Pocari Sweat. 101

lib.mercubuana.ac.id

Tabel 4. 28 Saya ingin mencoba Pocari Sweat setelah menonton iklan tersebut 102
Tabel 4. 29 Saya memiliki keinginan untuk membeli Pocari Sweat setelah melihat iklan tersebut. 103
Tabel 4. 30 Saya merasa Pocari Sweat merupakan produk yang layak saya pilih.....104
Tabel 4. 31 Endorsement Fadil Jaidi meningkatkan keinginan saya untuk membeli Pocari Sweat. 105
Tabel 4. 32 Saya berniat membeli Pocari Sweat dalam waktu dekat. 106
Tabel 4. 33 Saya akan memilih Pocari Sweat ketika membeli minuman isotonik. 107
Tabel 4. 34 Saya berencana membeli Pocari Sweat pada kesempatan berikutnya. 108
Tabel 4. 35 Saya bersedia membeli Pocari Sweat apabila tersedia di tempat saya berbelanja. 109
Tabel 4. 36 Saya bersedia membeli Pocari Sweat setelah melihat iklan tersebut. 110
Tabel 4. 37 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov (K-S).....111
Tabel 4. 38 Hasil Uji Normalitas Probability Plot (P-P Plot) 113
Tabel 4. 39 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....116
Tabel 4. 41 Hasil Uji t 118

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna Youtube 3
Gambar 1. 2 iklan pocari sweat yang dibintangi fadil jaidi 8
Gambar 1. 3 data viewer iklan fadil jaidi di youtube @PocariID.....10
Gambar 2. 1 Model Aida 28
Gambar 3. 1 Jumlah Populasi…….....44
Gambar 4. 1 Akun Youtube Pocari Sweat.....70
Gambar 4. 2 Celebrity Endorsement 71
Gambar 4. 3 Konten Youtube @PocariID 74

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....134
Lampiran 2. Tabulasi Data 300 Responden (Variabel X).....139
Lampiran 3. Uji Validitas Variabel X (300 Responden).....151
Lampiran 4. Uji Validitas Variabel Y (300 Responden).....152
Lampiran 5. Uji Reliabilitas Variabel X (300 Responden).....153
Lampiran 6. Uji Reliabilitas Variabel Y (300 Responden).....154
Lampiran 7. Tabulasi Data Interval 300 Responden Variabel X.....155
Lampiran 8. Tabulasi Data Interval 300 Responden Variabel Y.....158
Lampiran 9. Uji Normalitas (294 Responden).....161
Lampiran 10. Uji Koefisien Determinasi.....161
Lampiran 11. Uji Regresi Linear Sederhana dan Uji t.....161
Lampiran 13. Curiculum Vitae.....162

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id