



**PENGARUH *ENDORSER* NON SELEBRITI
PADA IKLAN OREO *ICE CREAM ORANGE*
TERHADAP *BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communications

Disusun Oleh :

DIAH AYU DWI ASTUTI

44310110134

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2013**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING COMMUNICATIONS

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Diah Ayu Dwi Astuti
NIM : 44310110134
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication
Judul Skripsi : Pengaruh *Endorser Non Selebriti* Pada Iklan *Oreo Ice cream Orange Terhadap Brand Awareness*

Jakarta, Febuari 2013

Mengetahui,

Dosen pembimbing

(Endri Listiani S.IP, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING COMMUNICATIONS

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Diah Ayu Dwi Astuti
NIM : 44310110134
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication
Judul Skripsi : Pengaruh *Endorser* Non Selebriti Pada Iklan Oreo *Ice cream*
Orange Terhadap *Brand Awareness*

Jakarta, Maret 2013

Disetujui dan diterima oleh,
Dosen pembimbing

(Endri Listiani S.IP, M.Si)

Mengetahui,

Dekan fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M. Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Yoyoh Hereyah M. Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING COMMUNICATIONS

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Diah Ayu Dwi Astuti
NIM : 44310110134
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication
Judul Skripsi : Pengaruh *Endorser* Non Selebriti Pada Iklan Oreo *Ice cream*
Orange Terhadap Brand Awareness

Jakarta, Maret 2013

Mengetahui,

1. Ketua Sidang

(Dra. Yoyoh Hereyah M. Si)


(.....)

2. Penguji Ahli

(Drs. A. Rahman H.I MM, M. Si)


(.....)

3. Pembimbing

(Endri Listiani S. IP, M.Si)


(.....)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas berkat, Rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini untuk melengkapi syarat memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang berjudul **Pengaruh *Endorser Non Selebriti Pada Iklan Oreo Ice Cream Orange Terhadap Brand Awareness.*** Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan karena keterbatasan, kemampuan, maupun surutnya semangat, namun penulis bersyukur dan berterima kasih karena telah mendapat perhatian dan dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya dalam penulisan skripsi ini masih banyak ketidaksempurnaan namun penulis telah berusaha untuk menyajikan dengan sebaik-baiknya. Maka, dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Endri Listiani S.IP, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia untuk membimbing penulis
2. Ibu Dr. Agustina Zubair, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah M.Si selaku Ketua Bidang Studi Marketing Communication and Advertising.

4. Kedua orang tua yang telah membesarkan penulis dengan kasih sayang dan kakak tercinta terima kasih atas support, do'a dan motivasi kalian
5. Saudari Putri Ayu selaku karyawan PT. Kraft Indonesia yang telah memluangkan waktu dan kesibukannya untuk membantu penulis untuk memperoleh data
6. Semua teman-teman sekelas Marketing Communications Universitas Mercu Buana Jakarta
7. Para dosen mata kuliah jurusan Marketing Communications Universitas Mercu Buana Jakarta
8. Perpustakaan tercinta Universitas Mercu Buana
9. Dan semua pihak yang telah membantu terwujudnya skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, Febuari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PERBAIKAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pemasaran	9
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>)	11
2.3 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.4 Periklanan	20
2.4.1 Tujuan Periklanan	24
2.4.2 Sasaran Periklanan	25
2.4.3 Fungsi Periklanan	26
2.5 Endorser	27
2.5.1 Kriteria Endorser	30

2.6	Brand	32
2.6.1	Definisi Brand	32
2.7	Brand Awareness	34
2.7.1	Definisi Brand Awareness	34
2.7.2	Tingkat Kesadaran Merek	36
2.7.3	Nilai Kesadaran Merek	37
2.8	Perumusan Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN		40
3.1	Tipe Penelitian	40
3.2	Metode Penelitian	40
3.3	Populasi dan Sampel	41
3.4	Definisi Konsep dan Operasional Konsep	43
3.4.1	Definisi Konsep	43
3.4.2	Operasional Konsep	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data	45
3.6	Teknik Analisa Data	46
3.6.1	Analisa Data Kuantitatif	46
3.6.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.6.2.1	Uji Validitas	47
3.6.2.2	Uji Reliabilitas	49
3.6.3	Analisis Regresi	51
3.6.4	Uji Normalitas Data	52
3.6.5	Uji Korelasi	53
3.6.6	Uji Determinasi	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	56
4.1.1	Profil Perusahaan	56
4.1.2	Brand Product Portfolio	57
4.1.3	Struktur Organisasi	59

4.1.4 Pembahasan Produk Oreo	62
4.1.5 Visi dan Misi Kraft Food Company	64
4.2 Hasil Penelitian	65
4.2.1 Data Responden	65
4.2.2 Variabel X Endorser non Selebrity	69
4.2.2.1 Expertise	69
4.2.2.2 Trustworthines	71
4.2.2.3 Similarity.....	72
4.2.2.4 Familiarity	75
4.2.2.5 Likability.....	78
4.2.2.6 Source Power	80
4.2.3 Variabel Y Brand Awareness	83
4.2.3.1 Brand Recognition	83
4.2.3.2 Brand Recall	86
4.2.4 Analisa Perhitungan	88
4.2.4.1 Uji Korelasi	88
4.2.4.2 Uji-t	90
4.2.4.3 Uji Determinasi	91
4.3 Pembahasan	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
2.1	Tahap Pencapaian Perubahan dalam Komunikasi Pemasaran	18
3.1	Operasional Konsep	45
3.2	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel X	48
3.3	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Y	49
3.4	Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas	50
3.5	Interpretasi Koefisien Korelasi	54
4.1	Demografi Responden Berdasarkan Umur (N=145)	66
4.2	Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (N=145).....	67
4.3	Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan (N=145).....	67
4.4	Demografi Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Iklan (N=145)	68
4.5	Frequency Jawaban Responden Variabel X	69
4.6	Frequency Jawaban Responden Variabel X	70
4.7	Frequency Jawaban Responden Variabel X	72
4.8	Frequency Jawaban Responden Variabel X	72
4.9	Frequency Jawaban Responden Variabel X	73
4.10	Frequency Jawaban Responden Variabel X	74
4.11	Frequency Jawaban Responden Variabel X	75
4.12	Frequency Jawaban Responden Variabel X	76
4.13	Frequency Jawaban Responden Variabel X	77
4.14	Frequency Jawaban Responden Variabel X	77
4.15	Frequency Jawaban Responden Variabel X	78
4.16	Frequency Jawaban Responden Variabel X	79
4.17	Frequency Jawaban Responden Variabel X	80
4.18	Frequency Jawaban Responden Variabel X	81
4.19	Frequency Jawaban Responden Variabel X	81
4.20	Frequency Jawaban Responden Variabel X	82
4.21	Frequency Jawaban Responden Variabel Y	84

4.22	Frequency Jawaban Responden Variabel Y	84
4.23	Frequency Jawaban Responden Variabel Y	85
4.24	Frequency Jawaban Responden Variabel Y	86
4.25	Frequency Jawaban Responden Variabel Y	87
4.26	Frequency Jawaban Responden Variabel Y	87
4.27	Uji Korelasi	89
4.28	Uji-t	90
4.29	Uji Determinasi	91

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
4.1	Branch Product Portfolio	57
4.2	Oreo Ice Cream Orange	58
4.3	Struktur Organisasi Kraft Food Group Inc	59
4.4	Struktur Organisasi Kraft Food Indonesia	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Tabulasi data
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 5	Data Demografi Responden
Lampiran 6	Hasil Uji Normalitas
Lampiran 7	Hasil Uji Korelasi
Lampiran 8	Hasil Uji –t
Lampiran 9	Surat Keterangan Observasi
Lampiran 10	Curriculum Vitae