



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER LEE MIN HO DALAM TAYANGAN  
IKLAN TVC TERHADAP BRAND IMAGE LUWAK WHITE KOFFIE**  
(Survey Mahasiswa Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Aktif Kelas Reguler II  
Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Tahun 2014-2016)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Disusun Oleh :

**HANI BASSYASY**  
44314110116

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2017**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : **PENGARUH CELEBRITY ENDORSER LEE MIN HO  
DALAM TAYANGAN IKLAN TVC TERHADAP  
BRAND IMAGE LUWAK WHITE KOFFIE (Survey  
Mahasiswa Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi  
Aktif Kelas Reguler II Jurusan Periklanan dan  
Komunikasi Pemasaran Tahun 2014-2016)**

Nama : Hani Bassyasy  
NIM : 44314110116  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 11 Februari 2017

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

(Ardhariksa Zukhruf K, M.Med.Kom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : **PENGARUH CELEBRITY ENDORSER LEE MIN HO DALAM TAYANGAN IKLAN TVC TERHADAP BRAND IMAGE LUWAK WHITE KOFFIE (Survey Mahasiswa Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Aktif Kelas Reguler II Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Tahun 2014-2016)**

Nama : Hani Bassyasy

NIM : 44314110116

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 23 Februari 2017

Ketua Sidang,  
Irmulan Sati T, S.H, M.Si

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

(.....)

Penguji Ahli,  
Dr. Farid Hamid, M.Si

(.....)

Pembimbing  
Ardhariksa Zukhruf K,  
M.Med.Kom

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH CELEBRITY ENDORSER LEE MIN HO DALAM TAYANGAN IKLAN TVC TERHADAP BRAND IMAGE LUWAK WHITE KOFFIE (Survey Mahasiswa Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Aktif Kelas Reguler II Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Tahun 2014-2016)**

Nama : Hani Bassyasy

NIM : 44314110116

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 01 Maret 2017

Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

(Ardhariksa Zukhruf K, M.Med.Kom)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Ponco Budi Sulisty, M.Comn.,Ph.D)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul, **“PENGARUH CELEBRITY ENDORSER LEE MIN HO DALAM TAYANGAN IKLAN TVC TERHADAP BRAND IMAGE LUWAK WHITE KOFFIE”** (Survey Mahasiswa Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Aktif Kelas Reguler II Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Tahun 2014-2016) sesuai dengan harapan.

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana S-1, jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Universitas Mercu Buana, Jakarta. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ardhariksa Zukhruf K, M.Med.Kom, selaku Pembimbing Skripsi yang selalu membimbing peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Dr. Farid Hamid M,Si, selaku Ketua Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran.
3. Dr. Agustina Zubair.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Ponco Sulisty, M.Comm.,Ph.D selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu kepada peneliti.
6. Bapak Arifin Effendi dan Ibu Ella Prihandari selaku orang tua, terima kasih untuk semua doa restu, kasih sayang, kesabaran menunggu anak perempuannya lulus sarjana, memberikan doa doa terbaik serta dukungan moral serta finansial selama ini.
7. Semua responden penulis atas kesediannya meluangkan waktu dan kerjasamanya demi kelancaran skripsi ini.
8. LAZ Yakesma tempat saya bekerja terima kasih banyak untuk support yang diberikan selama ini dan mengizinkan saya untuk tidak masuk kantor selama proses meraih gelar sarjana ilmu komunikasi.
9. Ismail Maqqi yang telah memberikan perhatian, tempat curhat dan selalu memberikan semangat, motivasi ketika penulis merasa putus asa dalam menyelesaikan skripsi.
10. Tritami Saptania dan Tri Irawati selaku teman baik penulis yang telah memberikan ilmu, bantuan serta telah sabar dalam memberikan kesempatan serta waktu yang longgar kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.  
Terima kasih atas *support* dan bantuannya, Tam, Ra!
11. Teman-teman di group Whatsapp “Insyallah 2017 lulus” Wawa, Teh Yusti, Ida, Rizka, Kak Rima, Bagus, Edho, Aldi, Aa Kholis, Mas Adit, Johan, Rifki, Riki dari semester awal hingga akhir yang telah memberikan support dan

canda tawa yang membuat kehidupan di kampus menjadi seru dan tidak membosankan. Ayo semangat guys!

12. Teman-teman Periklanan dan Komunikasi Pemasaran angkatan 2014 sampai 2016 yang telah ikut andil dalam pembuatan skripsi ini.

13. Serta seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan dalam skripsi ini, oleh sebab itu segala saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan guna menyempurnakan penelitian ini agar menjadi lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas dan menjadi sumbangan pemikiran kepada pembaca khususnya para mahasiswa Universitas Mercu Buana. Akhir kata, penulis mengucapkan semoga Tuhan memberikan rahmat-Nya atas segala amal kebajikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 23 Februari 2017

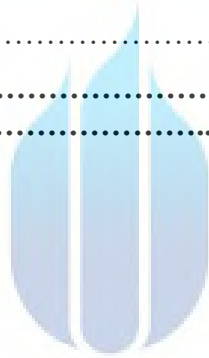
Hani Bassyasy

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Komunikasi.....	10
2.3 Periklanan.....	13
2.4 Elemen Iklan Televisi.....	14
2.5 Celebrity Endorser.....	15
2.6 Merek.....	20
2.7 Brand Image.....	21
2.8 Kerangka Teori.....	24
2.9 Hipotesis Teoritis.....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Tipe dan Jenis Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Populasi dan Sampel.....	28
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi.....	30
3.5 Validitas dan Reliabilitas.....	35



3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7 Teknik Analisa Data.....	38
3.8 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.2 Hasil Penelitian.....	47
4.3 Distribusi Variable Penelitian.....	67
4.4 Pembahasan.....	68
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>72</b>
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Table 1. Top Brand Fase 1 Tahun 2016, Kategori White Coffee .....	4
Table 2. Data Mahasiswa Jurusan Markom dan Periklanan 2014 – 2016 .....	28
Table 3 Tingkat Uji Korelasi dan Kekuatan Hubungan.....	41
Tabel 4.1 Hasil Pemetaan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2 Hasil Pemetaan Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4.3 Hasil Pemetaan Berdasarkan Tahun Angkatan.....	46
Tabel 4.4 Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	47
Tabel 4.5 Uji Validitas <i>Brand Image</i> .....	47
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	49
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i> .....	49
Tabel 4.8 Respon Lee Min Ho Jujur .....	50
Tabel 4.9 Respon Lee Min Ho Konsisten .....	50
Tabel 4.10 Respon Pesan Iklan Dapat Dipercaya .....	51
Tabel 4.11 Respon Lee Min Ho Memiliki Pengetahuan Yang Luas .....	52
Tabel 4.12 Respon Lee Min Ho Terampil Dalam Membintangikan Iklan .....	52
Tabel 4.13 Respon Lee Min Ho Mampu Meyakinkan Konsumen .....	53
Tabel 4.14 Respon Lee Min Ho Mampu Meyakinkan Konsumen .....	54
Tabel 4.15 Respon Lee Min Ho Tampan.....	54
Tabel 4.16 Respon Lee Min Ho Menunjukkan Sosok Yang Ramah .....	55
Tabel 4.17 Respon Julukan Lee Min Ho sebagai aktor No. 1 Korea .....	55
Tabel 4.18 Respon Lee Min Ho Memiliki Reputasi Yang Baik.....	56
Tabel 4.19 Respon Lee Min Ho Memiliki Prestasi Yang Baik.....	57
Tabel 4.20 Respon Lee Min Ho Memiliki Kesamaan Gender .....	57
Tabel 4.21 Respon Lee Min Ho Memiliki Kesamaan Usia .....	58
Tabel 4.22 Respon Produk Luwak White Koffie Murah .....	58
Tabel 4.23 Respon Luwak White Koffie Memiliki Kualitas Kopi Putih Instan No. 1 .....	59
Tabel 4.24 Respon Iklan Luwak White Koffie Menarik .....	60
Tabel 4.25 Respon Kemasan Luwak White Koffie Lebih Menarik.....	60

Tabel 4.26 Respon Luwak White Koffie Bisa Dijadikan “Teman Setia”.....	61
Tabel 4.27 Respon Luwak White Koffie Nyaman di Lambung.....	61
Tabel 4.28 Respon Luwak White Koffie Memiliki <i>Image</i> Positif.....	62
Tabel 4. 29 Respon Luwak White Koffie Menjadi Top Of Mind .....	62
Tabel 4.30 <i>Model Summary</i> Variable Penelitian.....	63
Tabel 4.31 Koefisien Korelasi R.....	64
Tabel 4.32 ANOVA.....	65
Tabel 4.33 Coefficients.....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Komunikasi.....	11
Gambar 2. Alur Teori S-O-R.....	25

