



**PENGARUH PENGGUNAAN ENDORSER AFGAN DALAM IKLAN TVC
KOPI GOOD DAY AVOCADO DELIGHT VERSI “KARENA HIDUP
BANYAK RASA” TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN.**

**(Survey Terhadap Mahasiswa/i Universitas Mercubuana Jurusan
Advertising & Marketing Communication Angkatan2012-2014)**

SKRIPSI

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

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun Oleh :
FAHRI ABDULLAH

44310010090

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2016



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN ENDORSER AFGAN DALAM IKLAN TVC KOPI GOOD DAY AVOCADO DELIGHT VERSI “KARENA HIDUP BANYAK RASA” TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN.**

(Survey Terhadap Mahasiswa Universitas Mercubuana Jurusan Advertising & Marketing Communication Angkatan 2011-2013)

Nama : Fahri Abdullah

NIM : 44310010090

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Jakarta, 18 Februari 2016

Mengetahui,

Pembimbing

(Dadan Iskandar, M.Si)



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN ENDOSER AFGAN DALAM IKLAN TVC KOPI GOOD DAY AVOCADO DELIGHT VERSI “KARENA HIDUP BANYAK RASA” TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN.**
(Survey Terhadap Mahasiswa Universitas Mercubuana Jurusan Advertising & Marketing Communication Angkatan 2012-2014)

Nama : Fahri Abdullah
Nim : 44310010090
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Februari 2016

Ketua Sidang,
Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

(.....)


Pengaji Ahli,
Yuni Tresnawati, M.Ikom

(.....)


Pembimbing
Dadan Iskandar, M.Si

(.....)




**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

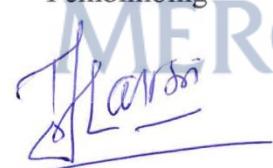
Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN ENDORSER AFGAN DALAM IKLAN TVC KOPI GOOD DAY AVOCADO DELIGHT VERSI “KARENA HIDUP BANYAK RASA” TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN.**
(Survey Terhadap Mahasiswa Universitas Mercubuana Jurusan Advertising & Marketing Communication Angkatan (2012-2014)

Nama : Fahri Abdullah
Nim : 44310010090
Fakultas : Ilmu Komunikasi
BidangStudi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 18 Februari 2016

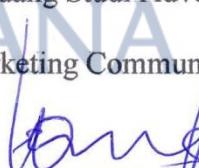
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



(Dadan Iskandar, M.Si)

Ketua Bidang Studi Advertising &
Marketing Communication



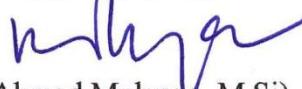
(Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana., M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat, berkat dan nikmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini sesuai dengan harapan dan kemampuan peneliti. Dalam penelitian ini peneliti mengambil judul **“PENGARUH PENGGUNAAN ENDORSER AFGAN DALAM IKLAN TVC KOPI GOOD DAY AVOCADO DELIGHT VERSI “KARENA HIDUP BANYAK RASA” TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. (Survey Terhadap Mahasiswa Universitas Mercubuana Jurusan Marketing Komunikasi Dan Periklanan Angkatan 2012-2014)”**.

Skripsi ini di susun dengan maksud untuk memenuhi salah stau syarat kelulusan Strata 1 (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Marketing Communication & Advertising, Universitas Mercu Buana, Jakarta. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :



1. Dadan Iskandar,M.Si. Selaku Pembimbing Skripsi dan Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication.
3. Ibu Dr. Agustina Zubair.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

4. Bapak Drs. A. Rachman.,M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan semangat kepada peneliti
6. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Kedua orang tua,Drs Abdullah Fakaubun,S.Pd.M,Pd dan Ibu Siti Aisyah Lamani Fakaubun,Rahmi Fatma Abdullah,Syahrul Sam Abdullah Fakaubun,Azizah Fakaubun dan keluarga Besar Hurasan yang telah memberikan support dalam bentuk doa, materi dan nasehat selama masa studi.
8. Teman-teman yang selalu memberikan support dalam menyelesaikan karya tulis,Rangga,Ayu,Helza,Andrew,Hadi,Cenil, Hadid, Argandi,Rena, Fadlun Gian,Khoirul,Angga,Tony,Hendarto,Monica,Amelia,Kartika,Cireng,Wisnu, Agus,Alvi,Toyib,Marcomm 2010,Skate Board UMB,Bulux Skuad,
9. Semua pihak yang ikut andil dalam pembuatan skripsi namun tidak dapat di sebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian dengan cinta dan kasih sayang-Nya yang tidak terhingga.

Penulis 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. Besar harapan agar skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pengguna. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya.



Jakarta, 18 Februari 2016.

Fahri Abdullah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10

1.4.2 ManfaatPraktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	11
2.2 KomunikasiPemasaran	12
2.2.1 PeriklananSebagai Proses Komunikasi	15
2.2.2 TerpaanIklan.....	16
2.3 Teori SOR	18
2.4 FungsiIklan.....	20
2.5 Unsur-UnsurPeriklanan	23
2.6 EndoserSelebriti	23
2.6.1 Jenis-JenisEndoser Yang DigunakanDalamIklan	23
2.6.2 DayaTarikEndoser	26
2.6.3 AtributEndoser.....	27
2.7 DefenisiMinatBeli	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 TipePenelitian.....	36

3.2 MetodePenelitian.....	36
3.3 PopulasidanSampelPenelitian	37
3.3.1 TeknikPenarikan Sample	39
3.4 DefenisiKonsepdanOperasionalKonsep.....	39
3.4.1 DefenisiKonsep	39
3.4.2 OperasionalKonsep.....	40
3.5 Validitas	45
3.6 Realibilitas.....	47
3.7 UjiKorelasi	48
3.8 TeknikPengumpulan Data.....	49
3.9 TeknikAnalisis Data	50
3.10 HipotesisPenelitian	51

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 DeskripsiObjekPenelitian	52
4.2 GambaranUmumProduk	53

4.2.1 VisidanMisi	54
4.3 HasilPenelitian	54
4.3.1 UjiValiditas	55
4.3.2Uji Realibilitas	57
4.3.3 EvaluasiPertanyaan.....	58
4.3.4 UjiHipotesis.....	71
4.3.5 Uji T	77
4.3.6 Uji R ²	79
4.4 Pembahasan.....	80

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83
5.2.1 Saran Akademis	83
5.2.2 Saran Praktis	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP