



**PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM  
IKLAN TVC VIVO V20**

(Survey *Endorser* Maudy Ayunda Pada Maudears  
Yogyakarta, 2020-2022)

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Strata1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing  
Communication

**BILI BRADUS ASEP HANDOKO  
44318110030**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bili Bradus Asep Handoko  
NIM : 44318110030  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : **PENGARUH KREDIBILITAS CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM IKLANTVC VIVO V20**  
(Survey *Endorser* Maudy Ayunda Pada Maudears Yogyakarta, 2020 - 2022)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 14 Januari 2023



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Bili Bradus Asep Handoko

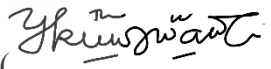
## HALAMAN PENGESAHAN


Laporan Skripsi ini diajukan oleh:


Nama : Bili Bradus Asep Handoko  
NIM : 44318110030  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : **PENGARUH KREDIBILITAS CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM IKLANTVC VIVO V20**  
(Survey *Endorser* Maudy Ayunda Pada Maudears Yogyakarta, 2020 - 2022)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom (  )  
NIDN : 0326068001

Ketua Sidang : Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc., Ph.D (  )  
NIDN : 0324128202

Penguji Ahli : Kumiawan Prasetyo, M.Ikom (  )  
NIDN : 0316129201

Menyetujui Ketua Bidang Studi Digital Advertising & Marcomm

  
(Eka Perwitasari, M.Ed)

Jakarta, 14 Januari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliaswati., M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi



(Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena telah memudahkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu dengan segala berkatnya.

Penulis skripsi "Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Iklan Tvc Vivo V20" ini mengalami masa yang cukup sulit untuk diselesaikan, namun semangat dan dukungan dari pihak lain mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi ini secepatnya.

Penulis masih jauh dari kata selesai dalam mengerjakan skripsi ini. Penulis membutuhkan bantuan dan dukungan dari sejumlah pihak untuk mengerjakannya. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom. selaku dosen pembimbing, Terima kasih atas bimbingan, arahan dan masukannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc., Ph.D selaku Ketua Sidang Tugas Akhir Skripsi.
3. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku Penguji Ahli Tugas Akhir Skripsi.
4. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed. selaku Ketua Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Digital Universitas Mercu Buana.
8. Kepada kedua orang tua tercinta, terima kasih karena selalu memberikan dukungan dan dorongan baik dari segi materi, mental, dan moral serta doa.
9. Terima kasih kepada seluruh teman-teman Digital Advertising & Marketing Communication angkatan 2018 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan saling mendoakan.

10. Terimakasih kepada istri saya Heni Maryanti M.Ikom yang selalu memberikan dukungan, semangat dan juga doa untuk saya sehingga saya bisa menyelesaikan Skripsi ini tepat waktu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran dan kritik dari berbagai pihak. Akhir kata, penulis dengan tulus dan rendah hati memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini.

Jakarta, 16 Desember 2022



Bili Bradus Asep Handoko

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Bili Bradus Asep Handoko  
NIM : 44318110030  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : **PENGARUH KREDIBILITAS CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM IKLAN TVC VIVO V20**  
(Survey *Endorser* Maudy Ayunda Pada Maudears Yogyakarta, 2020 - 2022)

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 Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Januari 2023

Yang menyatakan,



Bili Bradus Asep Handoko

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1   Latar Belakang.....	1
1.2   Rumusan Masalah.....	9
1.3   Tujuan Penelitian.....	9
1.4   Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1   Manfaat Teoritis / Akademis.....	10
1.4.2   Manfaat Praktis.....	10
1.4.3   Manfaat Sosial.....	10
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1   Penelitian Terdahulu.....	11
2.2   Kajian Teoritis.....	19
2.2.1   Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2.2   Periklanan.....	23
2.2.3   Celebrity Endorser.....	27
2.2.4   Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian.....	31

2.3	Kerangka Pemikiran.....	38
2.4	Hipotesis Teori.....	39
2.4.1	Hipotesis Penelitian .....	39
2.4.2	Hipotesis Statistik .....	40
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	41
3.2	Metode Penelitian .....	41
3.3	Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1	Populasi.....	42
3.3.2	Sampel.....	43
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel .....	44
3.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep .....	45
3.4.1	Definisi Konsep .....	45
3.4.2	Operasional Konsep.....	46
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5.1	Data Primer .....	48
3.5.2	Data Sekunder.....	49
3.5.3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	49
3.6	Teknik Analisis Data.....	51
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.2	Gambaran Umum Iklan Tvc .....	54
4.3	Hasil Penelitian.....	56
4.3.1	Data Responden .....	56
4.3.2	Analisis Variabel Kredibilitas Celebrity Endorser .....	58
4.3.3	Analisis Variabel Keputusan Pembelian.....	71
4.3.4	Uji Validitas .....	88
4.3.5	Uji Reliabilitas .....	91
4.3.6	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	91
4.3.7	Analisis Koefisien Determinasi .....	92



4.3.8 Hasil Uji T.....	92
4.4 Pembahasan .....	93
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>107</b>
5.1 Kesimpulan .....	107
5.2 Saran .....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>109</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>113</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Maudy Ayunda dalam iklan TVC Vivo V20 .....	5
Gambar 1.2 Maudy Ayunda Mempromosikan Vivo di Instagram.....	6
Gambar 1.3 Maudy Ayunda di Instagram Vivo_Indonesia .....	6



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	31
Tabel 3.1 Operasional Konsep .....	42
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Kredibilitas Celebrity Endorser.....	44
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	51
Tabel 4.2 Usia Responden.....	52
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden .....	52
Tabel 4.4 Hasil Indikator Berpengalaman.....	54
Tabel 4.5 Hasil Indikator Ahli.....	55
Tabel 4.6 Hasil Indikator Berkualitas.....	56
Tabel 4.7 Hasil Indikator Berpengetahuan.....	57
Tabel 4.8 Hasil Indikator Terampil .....	57
Tabel 4.9 Hasil Indikator Keterpercayaan.....	58
Tabel 4.10 Hasil Indikator Jujur.....	59
Tabel 4.11 Hasil Indikator Tulus.....	60
Tabel 4.12 Hasil Indikator Dapat Diandalkan.....	61
Tabel 4.13 Hasil Indikator Dapat di Percaya .....	61
Tabel 4.14 Hasil Indikator Menarik Perhatian .....	62
Tabel 4.15 Hasil Indikator Berkelas.....	63
Tabel 4.16 Hasil Indikator Cantik / Tampan.....	64
Tabel 4.17 Hasil Indikator Elegan.....	65
Tabel 4.18 Hasil Indikator Seksi .....	66
Tabel 4.19 Hasil Indikator Kegunaan.....	67
Tabel 4.20 Hasil Indikator Harga.....	68
Tabel 4. 21 Hasil Indikator Merek.....	69
Tabel 4.22 Hasil Indikator Kualitas .....	70
Tabel 4.23 Hasil Indikator Rancangan Produk .....	71
Tabel 4.24 Hasil Indikator Iklan.....	72

Tabel 4.25 Hasil Indikator Teman.....	72
Tabel 4.26 Hasil Indikator Internet .....	73
Tabel 4.27 Hasil Indikator Toko .....	74
Tabel 4.28 Hasil Indikator Orang Lain .....	75
Tabel 4.29 Hasil Indikator Suka.....	76
Tabel 4.30 Hasil Indikator Sangat Suka.....	77
Tabel 4.31 Hasil Indikator Biasa Aja .....	78
Tabel 4.32 Hasil Indikator Tidak Suka .....	79
Tabel 4.33 Hasil Indikator Sangat Tidak Suka .....	80
Tabel 4.34 Hasil Indikator Tahu Produk.....	81
Tabel 4.35 Hasil Indikator Butuh Produk.....	82
Tabel 4.36 Hasil Indikator Cocok.....	83
Tabel 4.37 Hasil Indikator Terpengaruh.....	84
Tabel 4.38 Hasil Indikator Rekomendasi.....	84
Tabel 4.39 Hasil Indikator Beli Lagi.....	85
Tabel 4.40 Hasil Indikator Tidak Beli Lagi .....	86
Tabel 4.41 Uji Reliabilitas .....	87
Tabel 4.42 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	87
Tabel 4.43 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	88
Tabel 4.44 Hasil Uji T.....	89

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 5.1 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 5.2 Daftar Riwayat Hidup.....	112
Lampiran 5.3 Surat Ijin Penelitian .....	114

