



**PENGARUH BRAND AMBASSADOR FADIL JAIDI TERHADAP
MINAT BELI PRODUK CATERING YELLOWFIT KITCHEN DI
INSTAGRAM**

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :

Siti Nurpuspita Haerunisa
44319010005

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

HALAMAN PENGESAHAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nurpuspita Haerunisa

NIM : 44319010005

Program Studi : Advertising & Marcomm

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Produk Catering Diet YellowFit Kitchen di Instagram.

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, 16 Februari 2023



Siti Nurpuspita Haerunisa

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Siti Nurpuspita Haerunisa
NIM : 44319010005
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Produk Catering Diet YellowFit Kitchen di Instagram.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterimasebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi/ Bidang Studi Advertising & Marketing Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Muthia Rahayu, M.Ikom
NIDN : 0322029302
Ketua Penguji : Dr. SM Niken Restaty, M.Si
NIDN : 0319027201
Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom
NIDN : 0330019002

(Muthia)
(Niken Restaty)
(Wiyanto Hidayatullah)

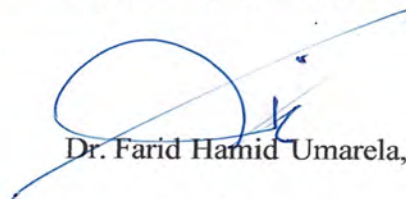
UNIVERSITAS Jakarta, 16 February 2023

MENGETAHUI,
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi


Dr. Ahmad Mulyana, M Si


Dr. Farid Hamid Umarela, M. Si

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul “PENGARUH BRAND AMBASSADOR FADIL JAIDI TERHADAP MINAT BELI PRODUK CATERING DIET YELLOWFIT KITCHEN DI INSTAGRAM” untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada mata kuliah Riset Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Ibu Muthia Rahayu, M.Ikom selaku dosen pembimbing penelitian skripsi yang sudah bersedia meluangkan waktu dan pendampingan selama proses penelitian sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si selaku ketua sidang skripsi.
3. Bapak Wiyanto Hidayatullah, S.Ikom, M.Ikom selaku pennguji ahli skripsi.
4. Bapak Ahmad Mulyana, S.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
6. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin penulis untuk menyusun dan menulis skripsi ini.
7. Ibu Melly Ridaryanthi, Ph.D selaku Ketua Bidang Studi Marketing Komunikasi & Periklanan Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin penulis untuk menyusun skripsi ini.

8. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku sekretaris bidang studi Komunikasi & Periklanan Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin penulis untuk menyusun skripsi ini.
9. Seluruh dosen bidang Studi Divisi Marketing yang telah memberikan dukungan, tenaga, waktu, pikiran, dan pengajaran baik selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana.
10. Teman-teman seperjuangan di Universitas Mercu Buana Jakarta, khususnya Feby Rahma, Indriyani, Fredlin, Annisa, Anti, Cindy yang selalu support penulis untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
11. Sahabat – sahabat terdekat yaitu Zahra, Vina, Tata, Tania, Katar, Dwi yang selalu mendukung dalam membuat skripsi ini.
12. Suami penulis yaitu Fauzi yang telah memberikan dukungan penuh dalam berbagai bentuk, serta selalu menemani dan membantu selama mengerjakan skripsi ini.
13. Rekan-rekan Markom 2019 dan Semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan didalamnya terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi parapembaca pada umumnya.

Jakarta, Januari 2023



Siti Nurpuspita Haerunisa

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Siti Nurpuspita Haerunisa
NIM : 44319010005
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Produk Catering Diet YellowFit Kitchen di Instagram.

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, 16 February 2023
Yang menyatakan,



(Siti Nurpuspita Haerunisa)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 “Pengaruh 7C Komunikasi Pada Media Social Instagram @yellowfitkitchen Terhadap Minat Beli Followers”.	17
2.1.2 “Pengaruh Brand Ambassador Abraham Damar Grahita Terhadap Brand Image Ardiles (Studi Kasus Club Basket Madrasah Pembangunan”.	17
2.1.3 “Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Sabun Lux (Studi Kasus Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta)”.....	17
2.1.4 “Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe”.	18

2.1.5 “Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Citra Merek Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree di Indonesia dan China)”.....	18
2.2 Kajian Teoritis	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2.2 Brand Ambassador	20
2.2.3 Minat Beli	23
2.2.3.1 Faktor – Faktor Minat Beli	23
2.2.4 New Media	25
2.2.5 Sosial Media.....	26
2.2.6 Instagram.....	28
2.3 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel.....	33
3.3.3 Teknik Penarikan Sample	34
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Konsep.....	35
3.4.1 Definisi Konsep.....	35
3.4.2 Operasional Konsep	37
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.1 Data Primer	40
3.5.2 Data Sekunder	40
3.5.3 Uji Validitas	40
3.5.4 Uji Reliabilitas	44
3.6 Teknik Analisa Data	46
3.6.1 Uji Hipotesis (Uji T)	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1 Sejarah YellowFit Kitchent.....	51
4.1.2 Visi dan Misi YellowFit Kitchen	51
4.1.3 Logo Perusahaan	52
4.1.4 Brand Ambassador Fadil Jaidi	52
4.1.5 Program Diet YellowFit Kitchen Bersama Fadil Jaidi	55
4.2 Hasil Penelitian	56
4.2.1. Klasifikasi Responden.....	56
4.3 Analisis Kuesioner	59
4.3.1 Dimensi Transparasi.....	59
4.3.2 Dimensi Kesesuaian	62
4.3.3 Dimensi Daya Tarik	65
4.3.4 Dimensi Kekuatan.....	69
4.3.5 Dimensi Minat Transaksional	72
4.3.6 Dimensi Minat Referensial	76
4.3.7 Dimensi Minat Preferensial	79
4.3.8 Dimensi Minat Eksploratif.....	82
4.4 Analisa Statistik	85
4.4.1 Uji Korelasi Sederhana	85
4.4.2 Uji Regresi Sederhana.....	86
4.4.3 Uji T (Uji Hipotesis)	87
4.6 Pembahasan	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	92
5.2.1 Saran Akademis	92
5.2.2 Saran Praktis	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data populasi dan penggunaan media social Instagram di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Instagram Fadil Jaidi.....	5
Gambar 1.3 Postingan Instagram @fadiljaidi.....	6
Gambar 1.4 Postingan Instagram @clarissaputri_.....	7
Gambar 1.5 Postingan Instagram @yellowfitkitchen.....	7
Gambar 1.6 Postingan Instagram @yellowfitkitchen.....	8
Gambar 1.7 Profil Instagram @yellowfitkitchen.....	9
Gambar 3.1 Instagram @yellowfitkitchen.....	33
Gambar 4.1 Logo Perusahaan Yellowfit Kitchen.....	52
Gambar 4.2 Logo Perusahaan Yellowfit Kitchen.....	53
Gambar 4.3 Konten Fadil di Instagram YellowFit.....	54
Gambar 4.4 Konten Fadil di Instagram YellowFit.....	54
Gambar 4.5 Program Diet Bersama Fadil x Clarissa.....	55



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	14
Tabel 3.1 Operasional Konsep	37
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel X	42
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Y	43
Tabel 3.4 Kategorisasi Cronbach Alpha	45
Tabel 3.5 Hasil Uji Reabilitas Brand Ambassador	45
Tabel 3.6 Hasil Uji Reabilitas Minat Beli (Y)	46
Tabel 3.7 Kategori Koefisien Korelasi.....	49
Tabel 4.1 Usia Responden.....	56
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4.3 Status Responden	57
Tabel 4.4 Pekerjaan/Profesi Responden.....	58
Tabel 4.5 a) Mengetahui Fadil – b) YellowFit Kitchen.....	58
Tabel 4.6 Skala Likert.....	59
Tabel 4.7 Fadil Jaidi Merupakan Salah Satu Influecer Terkenal di Media Sosial Instagram.....	59
Tabel 4.8 Saya Mengetahui Fadil Jaidi Mempunyai Citra yang Baik Ketika Mengendors	60
Tabel 4.9 Saya Sangat Mengenal dan Mengikuti Fadil Jaidi di Instagram.....	60
Tabel 4.10 Fadil Jaidi Merupakan Influencer yang Cukup Aktif di Media Sosial Instagram.....	61
Tabel 4.11 Variabel X (Dimensi Transparasi).....	62
Tabel 4.12 Kemampuan dan Banyaknya Followers Fadil Jaidi Dinstagram Membuat Minat Pembelian Produk Meningkat	62
Tabel 4.13 Fadil Jaidi Mampu Memberikan Review yang Jujur dalam Mempromosikan Produk YellowFit yang Membuat Para Followersnya Percaya Bahwa Produk Tersebut Sesuai Dengan Manfaat Asli Dari Produknya	63

Tabel 4.14 Saya Percaya Bahwa yang Dipromosikan Fadil Jaidi Itu Sesuai Dengan Produknya	64
Tabel 4. 15 Variabel X (Dimensi Kesesuaian).....	64
Tabel 4.16 Fadil Jaidi Memiliki Kepribadian yang Cukup Baik	65
Tabel 4.17 Fadil Jaidi Memiliki Pola Hidup yang Sehat Sehingga Mampu Mempengaruhi Followersnya Untuk Memakai Makanan Diet Sehat dari YellowFit Kitchen Ketika Ingin Melakukan Proses Diet.....	66
Tabel 4.18 Tingkah Lucunya Fadil Jaidi Dalam Melakukan Endors Membuat Penonton Instagram Storynya Tidak Merasa Bosan dan Selalu Terhibur	66
Tabel 4.19 Fadil Selalu Totalitas Dalam Melakukan Endors dan Mempunyai Cara yang Berbeda (Lucu) Dari Influencer Lainnya.....	67
Tabel 4.20 Fadil Selalu Totalitas Dalam Melakukan Endors dan Mempunyai Cara yang Berbeda (Lucu) Dari Influencer Lainnya.....	68
Tabel 4.21 Fadil Jaidi Mempunyai Cukup Banyak Penggemar Dari Semua Kalangan Usia	69
Tabel 4.22 Aktifitas yang Cukup Banyak di Instagram Membuat Penggemar Dapat Lebih Banyak Berinteraksi Dengan Fadil Jaidi	70
Tabel 4.23 Fadil Jaidi Memiliki Jumlah Pengikut yang Banyak di Instagramnya Sehingga yang Melihat Produk yang Dia Promosikan Pun Tidak Sedikit Jumlahnya, Hal Tersebut Bisa Memperluas Minat Pembelian Konsumen	71
Tabel 4.24 Variabel X (Dimensi Kekuatan)	71
Tabel 4.25 Saya Memiliki Keinginan Untuk Membeli Produk YellowFit Kitchen Karena Mengetahui Fadil Jaidi Sebagai Brand Ambasadornya	72
Tabel 4.26 Setelah di Promosikan Fadil di Instagram Saya Tertarik Dengan Produk YellowFit Kitchen.....	73
Tabel 4.27 Saya Memutuskan Melakukan Pembelian Produk YellowFit Kitchen Setelah Mengikuti Proses Diet Fadil Bersama YellowFit.....	74
Tabel 4.28 Saya Memutuskan Melakukan Pembelian Produk YellowFit Kitchen Setelah Melihat Fadil Mengkosumsinya.....	74

Tabel 4.29 Variabel Y (Dimensi Minat Transaksional).....	75
Tabel 4.30 Saya Berniat Ingin Merekomendasikan Produk YellowFit Ini Kepada Orang lain Setelah Melihat Review Dari Fadil	76
Tabel 4.31 Saya Bersedia Memberitahu Produk YellowFit Kepada Orang Lain	77
Tabel 4.32 Saya Bersedia Membagikan Hasil Saya Sendiri Setelah Menggunakan Produk YellowFit Kepada Orang Lain	77
Tabel 4.33 Variabel Y (Dimensi Minat Referensial)	78
Tabel 4.34 Saya Merasa Puas Dengan Manfaat yang Ada Pada Produk YellowFit...	79
Tabel 4.35 Saya Lebih Memilih Produk YellowFit Dibanding Produk yang Lain Karena Manfaatnya Lebih Menarik Perhatian Saya	79
Tabel 4.36 Saya Tidak Tertarik Dengan Produk Serupa Lainnya Karna Saya Sudah Puas Dengan Produk YellowFit.....	80
Tabel 4.37 Variabel Y (Dimensi Minat Preferensial)	81
Tabel 4.38 Saya Menanyakan Informasi Seputar Produk YellowFit Kitchen Kepada Orang yang Sudah Mencobanya	82
Tabel 4.39 Saya Akan Mencari dan Mengumpulkan Informasi Sebanyak Mungkin Mengenai Produk YellowFit Kitchen Sebelum Melakukan Pembelian	82
Tabel 4.40 Saya Akan Mencari Tahu Terkait Kelebihan Produk dari YellowFit Sebelum Membeli	83
Tabel 4.41 Variabel Y (Dimensi Minat Eksploratif)	84
Tabel 4.42 Nilai Koefisien Korelasi Sederhana	85
Tabel 4.43 Hasil Uji Korelasi Sederhana.....	85
Tabel 4.44 Hasil Uji Regresi Sederhana	86
Tabel 4.45 Uji t	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Variabel X.....	100
Lampiran 3. Data Hasil Kuesioner Variabel Y.....	103
Lampiran 4. Hasil Perhitungan Menggunakan SPSS 26.....	106
Lampiran 5. Curriculum Vitae	14

