



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* NCT DREAM PADA
PRODUK LEMONILO TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN**

(Survey pada fanbase netzen pada akun di instagram @wownctzen.id)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata

(S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

Annisa Aprilia Heka Fitri

44319010027

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

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Aprilia Heka Fitri
NIM : 44319010027
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorser* NCT DREAM Pada Produk Lemonilo Terhadap Minat Beli Konsumen (survey pada fanbase nctzen pada akun di instagram @wownctzen.id) .

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi saya 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 17 Juli 2023



Annisa Aprilia Heka Fitri

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Annisa Aprilia Heka Fitri
NIM : 44319010027
Program Studi : *Advertising & Marketing Communication*
Judul Laporan Skripsi : *Pengaruh Celebrity Endorser NCT DREAM Pada Produk Lemonilo Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada fanbase netzen pada akun di Instagram @wownctzen.id).*

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 Advertising & Marketing Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Kurniawan Prasetyo S.Ikom, M.Ikom
NIDN : 0316129201
Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid Umarella M.Si
NIDN : 0301117301
Penguji Ahli : Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si
NIDN : 0318116602



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Juli 2023

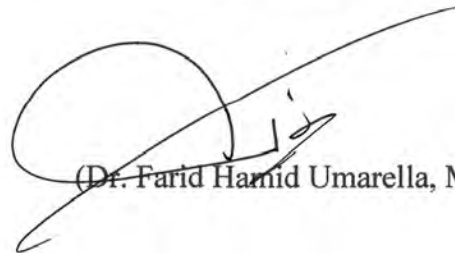
Mengetahui,

Dekan/Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Celebrity Endorser NCT Dream Pada Produk Lemonilo Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada Pengikut Akun Instagram @wownctzen.id). Sholawat serta salam juga semoga selalu tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, beserta sanak keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini dibuat dan diajukan sebagai syarat untuk dapat memenuhi gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Advertising & Marketing Communication, Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini ada tantangan serta perjuangan yang harus ditempuh, namun hal-hal tersebut dapat terlewati berkat bimbingan, nasehat, dan saran dari berbagai pihak yang terlibat sehingga pembuatan tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan. Pada kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si Selaku Ketua Sidang skripsi.
3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si Selaku Penguji Ahli Sidang skripsi.

4. Ibu Melly Ridaryanthi, Ph.D selaku Sekretaris Bidang Studi Advertising & Marketing Communication, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin penulis untuk Menyusun dan menulis skripsi ini
5. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Pembimbing Akademis penulis.
6. Dosen Universitas Mercu Buana, khususnya Dosen bidang studi Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan ilmu advertising & marketing communication yang bermanfaat kepada penulis.
7. Kepada Mama Nomi dan Papa Warkam yang selalu mendoakan penulis serta memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Kepada Helen, Indri, Fredlin, Okta, Febby, Nisapaya dan Aprianti yang sudah membantu dan berjuang bersama selama masa perkuliahan.
9. Kepada Sijeuni Indonesia yang meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa penulisan skripsi ini memiliki banyak kekurangan, dikarenakan itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun agar menjadikan skripsi ini lebih baik lagi.

Akhir kata penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak kepada penulis.

Jakarta, 18 Juni 2022

Annisa Aprilia H.F

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Annisa Aprilia Heka Fitri
NIM : 44319010027
Program Studi : ilmu mu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Celebrity Endorser NCT DREAM Pada Produk Lemonilo Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada fanbase nctzen pada akun di Instagram @wownctzen.id).

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 Oika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 17 Juli 2023

Yang menyatakan,

(Annisa Aprilia Heka Fitri)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Komunikasi Pemasaran	15
2.3 Model AIDDA	20
2.4 <i>Brand</i>	21
2.5 Celebrity Endorser	22
2.6 Teori Sikap	25
2.7 Minat Beli Konsumen	25
BAB III.....	29
METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel	31

3.3.1	Populasi	31
3.3.2	Sampel.....	32
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	34
3.4	Definisi dan Operasionalisasi Konsep	35
3.4.1	Definisi Konsep.....	35
3.4.1.1	Celebrity Endorser.....	35
3.4.1.2	Minat Beli Konsumen	35
3.4.2	Operasionalisasi Konsep	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1	Data Primer	39
3.5.2	Data Sekunder	40
3.5.3	Validitas & Reliabilitas	40
3.5.3.1	Validitas	40
3.5.3.2	Reliabilitas.....	41
3.6	Teknik Analisis Data	42
3.6.1	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	42
3.6.2	Analisis Regresi Linier Sederhana	45
3.6.3	Uji Hipotesis (uji t).....	46
3.6.4	Uji Korelasi	47
3.6.5	Uji Koefisien Determasi (R^2)	48
BAB IV	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.1.1	Sejarah Perusahaan Lemonilo	49
4.1.2	Logo Lemonilo	49
4.1.3	Produk Lemonilo	50
4.1.4	Akun Instagram Lemonilo	52
4.1.5	Profil NCT DREAM	53
4.2	Hasil Penelitian	55
4.2.1	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	55
4.2.1.1	Hasil Uji Validitas	55

4.2.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	58
4.2.2 Uji Normalitas	59
4.2.3 Karakter Responden	60
4.2.4 Analisis Kuesioner	65
4.2.4.1 Data Deskriptif Celebrity Endorser	66
4.2.4.2 Data Deskriptif Minat Beli	76
4.2.5 Analisis Regresi Sederhana	83
4.2.6 Uji t (Uji Hipotesis).....	85
4.2.7 Uji Korelasi	85
4.2.8 Uji Determinasi	87
4.3 Pembahasan	87
BAB V.....	92
KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Akademis.....	93
5.2.2 Saran Praktis.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	99

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Operasional Konsep	36
Tabel 3.2 Hasil Koefisien Korelasi.....	44
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Celebirty Endorser	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Minat Beli	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Celebirty Endorser.....	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli.....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.6 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.7 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.8 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 4.9 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pertanyaan 1	62
Tabel 4.10 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pertanyaan 2.....	63
Tabel 4.11 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pertanyaan 3.....	63
Tabel 4.12 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pertanyaan 4.....	64
Tabel 4.13 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pertanyaan 5.....	64
Tabel 4.14 Skala Likert.....	65
Tabel 4.15 Pernyataan Trustworthiness 1	66
Tabel 4.16 Pernyataan Trustworthiness 2	67
Tabel 4.17 Penilaian Dimensi Trustworthiness	67
Tabel 4.18 Pernyataan Expertise 1	68
Tabel 4.19 Pernyataan Expertise 2.....	69
Tabel 4.20 Penilaian Dimensi Expertise	70
Tabel 4.21 Attractiveness 1	70
Tabel 4.22 Attractiveness 2.....	71
Tabel 4.23 Penilaian Dimensi Attractiveness	72
Tabel 4.24 Respect 1	72
Tabel 4.25 Respect 2	73
Tabel 4.26 Penilaian Dimensi Respect.....	74
Tabel 4.27 Similarity 1.....	74

Tabel 4.28 Similarity 2.....	75
Tabel 4.29 Penilaian Dimensi Similarity	76
Tabel 4.30 Attantion.....	76
Tabel 4.31 Penilaian Dimensi Attantion	77
Tabel 4.32 Interest.....	77
Tabel 4.33 Penilaian Dimensi Interest	78
Tabel 4.34 Desire 1	78
Tabel 4.35 Desire 2	79
Tabel 4.36 Penilaian Dimensi Desire.....	80
Tabel 4.37 Decision	80
Tabel 4.38 Penilaian Dimensi Decision.....	81
Tabel 4.39 Action 1	81
Tabel 4.40 Action 2.....	82
Tabel 4.41 Penilaian Dimensi Action	83
Tabel 4.42 Hasil Uji Regresi.....	83
Tabel 4.43 Hasil Uji T.....	85
Tabel 4.44 Nilai Koefisien Korelasi.....	86
Tabel 4.45 Hasil Uji Korelasi.....	86
Tabel 4.46 Hasil Uji Determasi.....	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Analisa profil Instagram lemonilo (sumber : Keyhole.co).....	4
Gambar 1 2 Editan kemasan lemonilo yang dibuat oleh penggemar NCT Dream. 5	
Gambar 1 3 Screenshot salah satu scane iklan Lemonilo x NCT Dream.	7
Gambar 1 4 Data Penjualan Mie Instan Goreng terlaris di shopee dan Tokopedia pada bulan januari 2022 (sumber : Kompas).....	8
Gambar 3. 2 Akun instagram @wownctzen.id.....	33
Gambar 4. 1 Logo Lemonilo.....	49
Gambar 4. 2 Produk Lemonilo.....	50
Gambar 4. 3 Fotocard NCT Dream x Lemonilo	51
Gambar 4. 4 Profil akun instagram lemonilo	52
Gambar 4. 5 Tentang akun instagram Lemonilo.....	52
Gambar 4. 6 Postingan instagram Lemonilo.....	53