



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER CHEF ARNOLD  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK KANZLER PADA MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM**

(Survey terhadap followers instagram @arnoldpo)

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

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

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**Nailla Azizah**

**44318010013**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nailla Azizah  
NIM : 44318010013  
Program Studi : *Advertising & Marcomm*  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Influencer  
Chef Arnold Terhadap Minat Beli Produk Kanzler Pada Media Sosial Instagram  
(survey terhadap followers instagram @arnoldpo)

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, 12 Agustus 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Nailla Azizah

## HALAMAN PENGESAHAN 1 PEMBIMBING

### HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nailla Azizah  
NIM : 44318010013  
Program Studi : Periklanan dan Marketing Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Influencer Chef Arnold Terhadap Minat Beli Produk Kanzler Pada Media Sosial Instagram (survey terhadap followers instagram @arnoldpo)

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 : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si  
NIDN : 0318116602



Ketua Penguji : Dr. Irmulansati Tomohardjo, M.Si  
NIDN : 0330077301



Penguji Ahli : Andi Pajolloi Bate, MA  
NIDN : 0303069401



Jakarta, 12 Agustus 2023

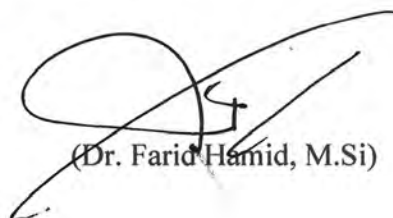
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa juga peneliti haturkan kehadiran junjungan Nabi Besar Muhammad SAW sang tauladan mulia umat islam, karena dengan petunjuk, rahmat, dan hidayah-Nya skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan Laporan skripsi yang akan diajukan ini berjudul PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER CHEF ARNOLD TERHADAP MINAT BELI PRODUK KANZLER PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Survey terhadap followers instagram @arnoldpo) ini dibuat guna memenuhi salah satu syarat kelulusan. Penyelesaian laporan skripsi ini tidak dengan mudah peneliti raih tanpa dibarengi kerja keras, doa, bantuan dan dukungan baik secara moril maupun materil dari semua pihak yang terkait. Oleh karenanya peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan proposal skripsi ini. Dengan demikian pada kesempatan ini pula peneliti dengan rasa tulus ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. **Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan dosen pembimbing, yang atas ketulusannya membantu peneliti dalam membuat laporan tugas akhir ini serta memberi dukungan, waktu, tenaga dan juga arahan dalam menyelesaikan laporan tugas akhir peneliti.
2. **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Bidang Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan pengajaran yang baik selama peneliti melaksanakan perkuliahan.
3. **Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc., Ph.D** selaku Sekretaris Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication yang telah memberikan dukungan, bantuan dan pengajaran yang baik selama peneliti melaksanakan perkuliahan.

4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication yang telah memberikan waktu, pikiran dan tenaga serta pengajaran yang baik selama peneliti melaksanakan perkuliahan.
5. Staf dan karyawan Universitas Mercu Buana serta Administrasi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak bantuan kepada peneliti dalam memenuhi data-data yang dibutuhkan untuk laporan skripsi.
6. Yang peneliti cintai, kedua orang tua, kakak, adik dan keluarga besar peneliti yang telah memberikan doa, dukungan serta kasih sayangnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
7. Serta teman dekat, terimakasih selalu menghibur dan memberikan dukungan kepada peneliti untuk terus berjuang.

Ucapan terimakasih yang berlimpah tentunya penulis sampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan segala doa, perhatian, dorongan, dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu segala kritikan dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik. Terima kasih atas bantuan dari semua pihak, semoga Allah memberikan berkah-Nya.

Jakarta, 13 juli 2023

**Nailla Azizah**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nailla Azizah  
NIM : 44318010013  
Program Studi : *Advertising & Marcomm*  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Influencer  
Chef Arnold Terhadap Minat Beli Produk Kanzler Pada Media Sosial Instagram  
(survey terhadap followers instagram @arnoldpo)

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, 12 Agustus 2023

Yang menyatakan,



( Nailla Azizah )



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</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 TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Kajian Teoritis .....</b>	<b>18</b>
2.2.1 Teori S-O-R .....	18
2.2.2 Komunikasi Pemasaran .....	21
2.2.3 Media Baru .....	24
2.2.4 Influencer .....	30
2.2.5 Minat Beli .....	33
2.2.6 Kerangka Pemikiran .....	35
<b>2.3 Hipotesis Statistik .....</b>	<b>36</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
<b>3.1 Paradigma Penelitian .....</b>	<b>37</b>
<b>3.2 Metode Penelitian .....</b>	<b>37</b>

<b>3.3 Populasi dan Sampel</b> .....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel .....	39
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	40
<b>3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep</b> .....	41
3.4.1 Definisi Konsep .....	41
3.4.2Operasionalisasi Konsep.....	42
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	44
3.5.1 Data Primer .....	44
3.5.2 Data sekunder .....	45
3.5.3 Uji Validitas.....	45
3.5.4 Uji Reliabilitas .....	46
<b>3.6 Teknik Analisis Data</b> .....	47
3.6.1 Analisis Korelasi.....	47
3.6.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	49
3.6.3Uji Hipotesis Statistik.....	49
3.6.4 Uji Koefisien Determinasi .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>52</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	52
4.1.1 Profil Perusahaan Kanzler .....	52
4.1.2 Profil Chef Arnold .....	61
<b>4.2Karakteristik Responden</b> .....	65
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	65
4.2.2 Usia Responden .....	66
4.2.3 Pekerjaan Responden.....	66
4.2.4 Responden Mengetahui Chef Arnold .....	67
4.2.5 Responden Mengetahui Produk Kanzler .....	67
<b>4.3 Karakteristik Variabel</b> .....	67
4.3.1 Frekuensi Jawaban Responden Kredibilitas Influencer (X) .....	67
4.3.2 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y).....	84
<b>4.4 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas</b> .....	89



4.4.1 Hasil Uji Validitas .....	89
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	90
<b>4.5 Analisis Statistik .....</b>	<b>91</b>
4.5.1 Hasil Uji Korelasi .....	91
4.5.2 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....	93
4.5.3 Uji Hipotesis Statistik .....	94
4.5.4 Uji Koefisien Determinasi .....	96
<b>4.6 Pembahasan .....</b>	<b>97</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>101</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>102</b>
5.2.1 Saran Akademis .....	102
5.2.2 Saran Praktis .....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>109</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Kosnep .....	42
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	45
Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	48
Tabel 3. 4 Nilai Koefisien Korelasi.....	48
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	65
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	66
Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan Responden .....	66
Tabel 4. 4 Mengetahui Chef Arnold .....	67
Tabel 4. 5 Mengetahui Produk Kanzler .....	67
Tabel 4. 6 Frekuensi Variabel Kredibilitas Influencer (X) .....	68
Tabel 4. 7 Frekuensi Variabel Minat Beli (Y) .....	84
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Influencer Marketing (X).....	89
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y).....	90
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Influencer Marketing.....	90
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli.....	91
Tabel 4. 12 Uji Korelasi Correlations .....	92
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Hasil Regresi .....	93
Tabel 4. 14 Uji Hipotesis Statistik .....	95
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi .....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Instagram di Indonesia pada Kuartal IV-2021 .....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	35
Gambar 3. 1 Screenshoot followers Chef Arnold .....	39
Gambar 4. 1 Logo Kanzler .....	52
Gambar 4. 2 Logo Cimory .....	53
Gambar 4. 3 Nilai – nilai Perusahaan Cimory .....	57
Gambar 4. 4 Produk Susu Cimory .....	59
Gambar 4. 5 Produk Makanan Konsumen Cimory .....	60
Gambar 4. 6 Chef Arnold Sumber: Fimela.com .....	61
Gambar 4. 7 Chef Arnold dan Produk Kanzler Sumber: Fimela.com .....	63
Gambar 4. 8 Postingan Instagram Chef Arnold & Ecommerce Shopee Kanzler .	64



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2	Frekuensi jawaban responden.....	114
Lampiran 3	Uji Validitas.....	120
Lampiran 4	Uji Validitas.....	123
Lampiran 5	Uji Reabilitas .....	124
Lampiran 6	Regresi Linier Sederhana .....	125
Lampiran 7	Tabulasi Data Variabel X .....	126
Lampiran 8	Tabel Tabulasi Data Variabel Y .....	120
Lampiran 9	Kuesioner Responden .....	123
Lampiran 10	Penyebaran Kuesioner Via Direct Message Followers Instagram @arnoldpo .....	124
Lampiran 11	CURRICULUM VITAE PENULIS .....	125

