



**PENGARUH BRAND AMBASSADOR CELEBRITY
DEDDY CORBUZIER TERHADAP MINAT BELI INVESTASI
PADA APLIKASI BIBIT
(SURVEY PROFESIONAL MUDA GENERASI Z DI KECAMATAN
KEMBANGAN)**

LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun Oleh:

MUHAMMAD NUR HIDAYAH

44319010048

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

2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Muhammad Nur Hidayah
NIM : 44319010048
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Celebrity Deddy Corbuzier terhadap Minat Beli Investasi pada Aplikasi Bibit Survey Profesional muda generasi Z di kecamatan Kembangan

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, 30 Agustus 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Nur Hidayah

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Nur Hidayah
NIM : 44319010048
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Celebrity Deddy Corbuzier terhadap Minat Beli Investasi pada Aplikasi Bibit Survey Profesional muda generasi Z di kecamatan Kembangan.

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:

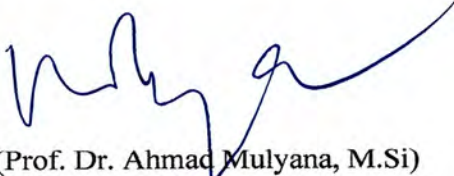
Pembimbing 1 : Muhammad Didi Ahmadi M,Ikom ()
NIDN : 0315088401
Ketua Penguji : Rika Yessica, M.Ikom ()
NIDN : 0314057804
Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom ()
NIDN : 0316129201

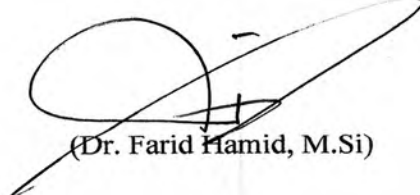
Jakarta, 30 Agustus 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh *Brand Ambassador Celebrity* Deddy Corbuzier terhadap Minat Beli Investasi Pada Aplikasi Bibit (Survey Professional Muda Generasi Z di Kecamatan Kembangan. 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 banyak 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 peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Bapak Muhammad Didi Ahmadi, M.Ikom** selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. **Ibu Rika Yessica, M.Ikom** selaku Ketua Sidang skripsi yang saya hormati.
3. **Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom** selaku Penguji Ahli Sidang

skripsi yang saya hormati.

4. **Bapak Prof, Dr. Ahmad Mulyana, M.Si** selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang saya hormati
5. **Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang saya hormati.
6. **Ibu Melly Ridaryanthi, M,soc. Sc,Ph.D** selaku Sekretaris Program Studi Ilmu komunikasi yang saya hormati,
7. **Bapak Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom** selaku Pembimbing Akademis yang saya hormati.
8. Seluruh dosen dan tenaga pengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang saya hormati.
9. Kepada Ibu Susiati dan Bapak Dahmana yang selalu mendoakan penulis serta memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Kepada Mas Budi, Hari, Damar yang selalu memotivasi dan membantu keuangan selama perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Kepada teman saya yang sudah berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan Skripsi ini, yaitu Rahmatalia, Dito Riandana, Abi Manyu, Fachrurrohman, dan Suwanda.
12. Serta seluruh pihak terlibat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dari skripsi yang dibuat tidak luput dari kekurangan dan ketidaksempurnaan, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya nanti.

Jakarta. 20 Agustus 2023

Penulis

Muhammad Nur Hidayah



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai aktivitas akademik Universitas Mercu Biana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Nur Hidayah

NIM : 44319010048

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador Celebrity* Deddy Corbuzier terhadap Minat Beli Investasi pada Aplikasi Bibit Survey Profesional muda generasi Z di kecamatan Kembangan.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non – Ekklusif (*Non – ekslusive royalty – Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non – Ekklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalih media/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, 30 Agustus 2023

Yang menyatakan



Muhammad Nur Hidayah

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.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Peneliti Terdahulu.....	19
2.2.1 Pengertian Komunikasi	31
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	32
2.2.3 Periklanan	33
2.2.4 Brand Ambassador.....	35
2.2.5 Integrated Marketing Communication (IMC).....	38
2.2.6 New Media.....	40
2.2.7 Minat Beli	42
2.2.8 Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Paradigma Penelitian	45
3.2 Metode Penelitian	45

3.3 Populasi dan Sampel	46
3.3.1 Populasi	46
3.3.2 Sampel.....	47
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	48
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Konsep	49
3.4.1 Definisi Konsep	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.5.1 Data Primer	58
3.5.2 Data Sekunder	58
3.5.3 Uji Validitas	59
3.6 Teknik Analisis Data.....	60
3.6.1 Analisis Korelasi Sederhana	60
3.6.2 Uji Hipotesis Statistik (Uji T)	61
3.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.2 Hasil Penelitian	69
4.2.1 Karakteristik Data Responden	69
4.2.2 Pengolahan Data	75
4.2.3 Hasil Penelitian Variabel X (<i>Brand Ambassador</i>).....	85
4.2.4 Hasil Penelitian Variabel Y (Minat Beli).....	100
4.2.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	114
4.2.6 Analisis Korelasi Sederhana	115
4.2.7 Uji Hipotesis Statistik (Uji T)	116
4.2.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	118
4.3 Pembahasan.....	118
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	124
5.1 Kesimpulan	124
5.2.1 Saran Akademis	125
5.2.2 Saran Praktis	126
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN.....	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Demografi SID dari Kostodian Sentral Efek (KSEI)	1
Gambar 1. 2 Jumlah Investor Reksadana per Provinsi di Indonesia Tahun 2018 ...	5
Gambar 1. 3 Survey Aplikasi Reksadana Favorit (2021)	6
Gambar 1. 4 Global Trust Advertising	8
Gambar 1. 5 Pengguna Media Sosial Berdasarkan Gender pada Tahun 2020	11
Gambar 1. 6 Pengguna Platform media sosial terbanyak	12
Gambar 1. 7 Sosial Media Bibit dan Deddy Corbuzier	13
Gambar 1. 8 Iklan Reksadana Bibit di Youtube 2023	14
Gambar 1. 9 Engagement Rate Sosial Media Bibit dan Deddy Corbuzier	15
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	68
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas	84



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Operasional Konsep	52
Tabel 3. 2 Skala Likert	58
Tabel 3. 3 Tingkat Kolerasi.....	60
Tabel 4. 1 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4. 2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4. 3 Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili	71
Tabel 4. 4 Frekuensi Responden Berdasarkan pekerjaan.....	72
Tabel 4. 5 Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	72
Tabel 4. 6 Frekuensi Pengguna Investasi Melalui Mobile	73
Tabel 4. 7 Frekuensi Pengguna Investasi Intrument reksadana Bibit	74
Tabel 4. 8 Frekuensi Berapa lama Pengguna Investasi Melalui Mobile.....	74
Tabel 4. 9 Frekuensi Melihat Iklan Reksadana Bibit yang di Brand Ambassador Deddy Corbuzier	75
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	77
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Y	80
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	83
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	83
Tabel 4. 14 Pernyataan Dimensi Visibility 1	85
Tabel 4. 15 Pernyataan Dimensi Visibility 2	86
Tabel 4. 16 Pernyataan Dimensi Visibilty 3	87
Tabel 4. 17 Pernyataan Dimensi Visibility 4	88
Tabel 4. 18 Pernyataan Dimensi Visibility 5	89
Tabel 4. 19 Pernyataan Dimensi Credibility 1	90
Tabel 4. 20 Pernyataan Dimensi Credibility 2.....	91
Tabel 4. 21 Pernyataan Dimensi Credibility 3	92
Tabel 4. 22 Pernyataan Dimensi Atraction 1	93
Tabel 4. 23 Pernyataan Dimensi Atraction 2	94
Tabel 4. 24 Pernyataan Dimensi Atraction 3	95

Tabel 4. 25 Pernyataan Dimensi Power 1	96
Tabel 4. 26 Pernyataan Dimensi Power 2	97
Tabel 4. 27 Pernyataan Dimensi Power 3	98
Tabel 4. 28 Pernyataan Dimensi Power 4	99
Tabel 4. 29 Pernyataan Dimensi Minat Transaksional 1	100
Tabel 4. 30 Pernyataan Dimensi Minat Transaksional 2	101
Tabel 4. 31 Pernyataan Dimensi Minat Transaksional 3	102
Tabel 4. 32 Pernyataan Dimensi Minat Transaksional 4	103
Tabel 4. 33 Pernyataan Dimensi Minat Transaksional 5	104
Tabel 4. 34 Pernyataan Dimensi Minat Referensial 1.....	105
Tabel 4. 35 Pernyataan Dimensi Minat Referensial 2.....	106
Tabel 4. 36 Pernyataan Dimensi Minat Referensial 3.....	107
Tabel 4. 37 Pernyataan Dimensi Minat Preferensial 1.....	108
Tabel 4. 38 Pernyataan Dimensi Minat Preferensial 2.....	109
Tabel 4. 39 Pernyataan Dimensi Minat Preferensial 3.....	110
Tabel 4. 40 Pernyataan Dimensi Minat Eksploratif 1	111
Tabel 4. 41 Pernyataan Dimensi Minat Eksploratif 3	112
Tabel 4. 42 Pernyataan Dimensi Minat Eksploratif 4.....	113
Tabel 4. 43 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	114
Tabel 4. 44 Pedoman Interpretasi Koefisien Kolerasi	115
Tabel 4. 45 Hasil Uji Korelasi.....	116
Tabel 4. 46 Hasil Uji Hipotesis	117
Tabel 4. 47 Hasil Uji Koefisien Determinasi	118

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner	131
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data Karakteristik Responden.....	138
Lampiran 3 Tabulasi Data Instrumen Penelitian Variabel Brand Ambassador (X)	143
Lampiran 4 Tabulasi Data Instrumen Penelitian Variabel Minat Beli (Y)	146
Lampiran 5 Uji Validitas Brand Ambassador (X)	149
Lampiran 6 Uji Validitas Minat Beli (Y).....	152
Lampiran 7 Uji Reliabilitas (X)	155
Lampiran 8 Uji Reliabilitas (Y)	156
Lampiran 9 Uji Normalitas	157
Lampiran 10 Uji Korelasi	158
Lampiran 11 Uji Hipotesis (Uji t).....	158
Lampiran 12 Uji Regresi Linear Sederhana.....	158
Lampiran 13 Koefisien Determinasi	159

