



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* PEVITA PEARCE
TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *MOBILE*
*PAYMENT GO-PAY***

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-
1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

Chintiya Theresia Situmorang

44317010012

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Chintiya Theresia Situmorang
NIM : 44317010012
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* PEVITA PEARCE TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *MOBILE PAYMENT GO-PAY*** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 14 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



(Chintiya Theresia Situmorang)

Mengetahui,

Pemimbing

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Chintiya Theresia Situmorang
NIM : 44317010012
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*
Judul : **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* PEVITA PEARCE
TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *MOBILE
PAYMENT GO-PAY***

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Agustus 2021

Mengetahui,

Pembimbing

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi


Universitas Mercu Buana


LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Chintiya Theresia Situmorang
NIM : 44317010012
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*
Judul : **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* PEVITA PEARCE
TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *MOBILE
PAYMENT GO-PAY***

Jakarta, 14 Agustus 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang : Kurniawan Prasetyo, M.I.Kom ()

Penguji Ahli : Nindyta Aisyah Dwityas, M.Si ()

Pembimbing : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed ()



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* PEVITA PEARCE
TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *MOBILE
PAYMENT GO-PAY***

Nama : Chintiya Theresia Situmorang

NIM : 44317010012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, 14 Agustus 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi
Advertising & Marketing Communication

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Pembimbing

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliani, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*

Chintiya Theresia Situmorang

44317010012

Pengaruh *Celebrity Endorser* Pevita Pearce Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Payment Go-Pay*

Jumlah Halaman : xiv + 118 Halaman

Bibliografi : 43 Acuan, Tahun 2002 – 2020

ABSTRAK

Keputusan konsumen untuk menggunakan sebuah produk atau jasa, melalui berbagai tahapan, salah satunya tahapan pencarian informasi yang bisa diperoleh dari berbagai sumber diantaranya melalui iklan. Suatu iklan harus menarik dan kreatif. Salah satu cara kreatif dalam mempromosikan suatu produk adalah dengan menggunakan *celebrity endorser* sebagai pendukung iklan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* Pevita Pearce terhadap keputusan menggunakan *mobile payment Go-Pay*. Variabel independen pada penelitian ini yaitu *celebrity endorser*, sedangkan variabel dependennya yaitu keputusan menggunakan.

Penelitian ini adalah penelitian dengan metodologi kuantitatif tipe penelitian eksplanatif dan menggunakan metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Mercu Buana, Program Studi *Advertising and Marketing Communication*. Teknik penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa terdapat pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan menggunakan, yaitu sebesar 39,6%. Dari penelitian ini ditemukan bahwa kepribadian, gaya hidup, pengalaman, kompetensi, popularitas termasuk dalam hal ini frekuensi kemunculan *endorser* di media menjadi daya tarik bagi responden. Didukung oleh kemasan pesan komunikasi pemasaran yang mudah dipahami dan sesuai dengan kondisi produk, mendorong konsumen untuk menggunakan *mobile payment Go-Pay*. Kemampuan *endorser* dalam memberikan inspirasi kepada responden, mendorong responden untuk melakukan pencarian informasi lebih lanjut mengenai *mobile payment Go-Pay*.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, Keputusan Menggunakan, Iklan Go-Pay.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Dengan laporan tugas akhir ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication*.

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat doa, dukungan serta semangat dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Ibu **Sri Hesti, S.I.Kom., M.I.Kom.** selaku dosen pembimbing dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing, memberi dukungan, waktu serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir penulis.
2. Bapak **Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan pengajaran yang baik hingga penulis menyelesaikan tugas akhir.

3. Ibu **Eka Perwitasari, M.Ed** selaku Ketua Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication* Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak **Kurniawan Prasetyo, M.I.Kom** selaku Sekretaris Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication* Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Ibu **Dr. Elly Yuliawati, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Ibu **Nindyta Aisyah Dwityas, M.Si** selaku Penguji Ahli Sidang Akhir Skripsi.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication* yang telah memberikan dukungan dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
8. Kedua orangtua penulis, yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis secara moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Kakak kandung penulis, yang selalu memberikan doa, dukungan, arahan, dan pengajaran yang baik selama masa perkuliahan, hingga penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Rifaldi, Annie, Adila, Bella, dan Miftah yang telah menemani, memotivasi, dan memberikan dukungan selama penulis menjalankan perkuliahan hingga penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

11. Teman-teman Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication* angkatan 2017, yang telah memberikan doa dan semangat untuk penulis, berbagi motivasi dan keseruan selama masa perkuliahan.

Ucapan terima kasih yang berlimpah tentunya penulis sampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan segala doa, dukungan, perhatian serta 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.

Jakarta, 19 Juli 2021

Penulis

Chintiya Theresia Situmorang



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis.....	23
2.2.1 <i>Hierarchy of Effects</i>	23
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	27
2.2.3 Bauran Pemasaran	28
2.2.4 Bauran Promosi.....	29
2.2.5 Iklan.....	31
2.2.6 Iklan Audio Visual	34
2.2.7 Daya Tarik Iklan.....	34
2.2.8 <i>Celebrity Endorser</i>	36
2.2.9 Perilaku Konsumen	39

2.2.10 Keputusan Menggunakan	40
2.2.11 Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> dengan Keputusan Penggunaan	44
2.3 Hipotesis Teori	45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	47
3.2 Metode Penelitian	48
3.3 Populasi dan Sampel	48
3.3.1 Populasi	48
3.3.2 Sampel	49
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	50
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Konsep	51
3.4.1 Definisi Konsep	51
3.4.2 Operasional Konsep	57
3.5 Teknik Pengumpulan Data	59
a. Data Primer	59
b. Data Sekunder	59
c. Uji Validitas dan Reliabilitas	59
3.6 Teknik Analisa Data	60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	63
4.1.1 Sejarah Go-Pay	63
4.1.2 Iklan Go-Pay “Skin Baru Pevita Bikin Heboh!”	64
4.1.3 <i>Celebrity Endorser</i> Iklan Go-Pay	65
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.1 Pengujian Instrument	66
4.2.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Bagian Pertama	66
4.2.1.1.1 Uji Validitas	66
4.2.1.1.2 Uji Reliabilitas	68
4.2.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Bagian Kedua	69

4.2.1.2.1 Uji Validitas	69
4.2.1.2.2 Uji Reliabilitas	71
4.2.2 Uji Asumsi	72
4.2.2.1 Tes Distribusi Data (Uji Normalitas)	72
4.2.2.2 Uji Linearitas	75
4.2.3 Karakteristik Responden	76
4.2.4 Distribusi Frekuensi	78
4.2.5 Analisis Korelasi	90
4.2.6 Analisis Regresi Linear Sederhana	90
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	93
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	101
5.2.1 Saran Akademis	101
5.2.2 Saran Praktis	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	106



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Populasi Tiap Angkatan	49
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep Independen (X).....	57
Tabel 3.3 Operasionalisasi Konsep Dependen (Y)	58
Tabel 3.4 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan.....	62
Tabel 4.1 Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> Bagian Pertama.....	67
Tabel 4.2 Uji Validitas Keputusan Menggunakan Bagian Pertama.....	68
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Bagian Pertama.....	69
Tabel 4.4 Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> Bagian Kedua.....	70
Tabel 4.5 Uji Validitas Keputusan Menggunakan Bagian Kedua	71
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Bagian Kedua.....	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4.8 Uji Linearitas.....	75
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi “ <i>Visibility</i> ”	78
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi “ <i>Credibility</i> ”	79
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi “ <i>Attraction</i> ”	80
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi “ <i>Power</i> ”	82
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi “Pengenalan Masalah”	83
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi “Pencarian Informasi	84
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi “Evaluasi Alternatif”	85
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Dimensi “Keputusan Menggunakan”	86
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Dimensi “Perilaku Pasca Penggunaan”	87
Tabel 4.18 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	88
Tabel 4.19 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Menggunakan..	89
Tabel 4.20 Analisis Korelasi	90
Tabel 4.21 Analisis Regresi Linear Sederhana	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Video Sources Watched</i>	5
Gambar 1.2 <i>Mobile Payment User Base</i>	6
Gambar 2.1 <i>Hierarchy of Effects</i>	24
Gambar 2.2 Kerangka Teori	46
Gambar 4.1 Pevita Pearce	65
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Usia	76
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Curriculum Vitae</i>	106
Lampiran 2. Kuesioner	107
Lampiran 3. Tabulasi Data	110
Lampiran 4. Hubungan Antar Dimensi	117

