



**PENGARUH *ENDORSEMENT* NCT 127 DALAM *TAP CASH*
BNI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**
(Survey Pada Penggemar NCT 127 di Akun Twitter @nctzenbase)

LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Salsadira Zandi Hakim

44320010039

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2024

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Salsadira Zandi Hakim

NIM : 44320010039

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Endorsement* NCT 127 Dalam *Tapcash* BNI Terhadap Minat Beli Konsumen

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, Januari 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Salsadira Zandi Hakim

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Salsadira Zandi Hakim


NIM : 44320010039

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Endorsement* NCT 127 Dalam *Tapcash* BNI
Terhadap Minat Beli Konsumen

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 : Rizky Oktarina Costa, SP. ()
M. Ikom

NIDN : 0324108303

Ketua Penguji : Dewi Sad Tanti, M. Ikom ()

NIDN : 0726067701

Penguji Ahli : Alifiah Ghaniyu ()
Widyanigrum, M. Ikom

NIDN : 0303078802

Jakarta, Januari 2024

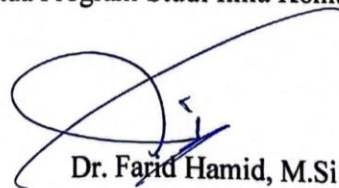
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



Dr. Farid Hamid, M.Si

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

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

Nama : Salsadira Zandi Hakim
NIM : 44320010039
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Endorsement* NCT 127 Dalam *Tapcash* BNI Terhadap Minat Beli Konsumen

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, Januari 2024



Salsadira Zandi Hakim

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Endorsement NCT 127 Dalam Tap Cash BNI Terhadap Minat Beli Konsumen”** dapat dilaksanakan. Sholawat dan salam tidak lupa pula di sampaikan pada Nabi Muhammad shallallahu'alaihi wasallam, yang telah membawa umatnya menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini. Tugas akhir ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan dari Bidang Studi Marketing Communication & Advertising Program Strata Satu (S1) di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Segala upaya dan usaha telah Peneliti lakukan untuk menyelesaikan tugas akhir ini sebaik mungkin, namun Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini mempunyai banyak kesalahan dan kekurangan baik dari segi bentuk, tata bahasa, sampai dalam nilai ilmiahnya. Karena itu, Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk pembelajaran bagi Peneliti agar tidak mengulang kesalahan yang sama di lain kesempatan.

Penyelesaian tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Rizky Oktarina Costa, M.Ikom sebagai Pembimbing Penelitian yang senantiasa meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada Peneliti selama proses penyusunan Tugas Akhir di Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dewi Sad Tanti, M. Ikom selaku Ketua Sidang, Ibu Alifia Ganiyu, M. Ikom selaku Dosen Penguji. Terima kasih telah meluangkan waktu, memberikan arahan, dan motivasi kepada Peneliti ketika Sidang Tugas Akhir di Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana beserta jajarannya yang telah memberikan izin bagi Peneliti untuk melakukan penelitian.
4. Ibu Irmulansati, M.Si, sebagai Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Melly Ridhayanti, M.Soc. Sc, Ph.d., sebagai Sekprodi Bidang Studi Marketing Communication & Advertising, Universitas Mercu Buana.
7. Bapak / Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada Peneliti, sehingga Peneliti dapat sampai ke tahap ini dan mengerti apa yang belum Peneliti mengerti sebelumnya. Demikian pula para karyawan yang banyak membantu dalam bidang administrasi guna kegiatan akademik.
8. Teristimewa kepada Ibu Kandung saya yang tercinta dan tersayang, Titik Sujatwati,. Terima kasih atas segala do'a, dukungan dan restu selama ini, serta semua dukungan yang selalu memberi semangat dalam menjalani masa-masa perkuliahan.
9. Syaiful Anwar, selaku Ayah saya. Terima kasih atas dukungan dan do'a yang selama ini ayah kasih untuk aku.
10. Sahabat-sahabat saya Dhiyaa Alyaa, Ratnasari, dan Viola Zalikha Salsabila, yang bersedia meluangkan waktu dalam bertukar pikiran, memberikan semangat, motivasi, dan membantu dalam proses penelitian ini.
11. Teman-teman magang saya Astri, Ajeng, Safira, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan membantu dalam proses penelitian ini.
12. Teman-teman sekelas Marketing Communication & Advertising yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

13. Teman saya Amel, selaku teman peneliti sejak SMA hingga saat ini. Terima kasih untuk canda, tawa, serta dukungan kepada peneliti selama ini, serta bantuan dan dukungan selama menyusun penelitian ini.
14. Kepada seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Serta, berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis.
15. Lagu-lagu Taylor Swift dan NCT yang selalu menemani saya ketika sedang menyusun penelitian ini.
16. Terakhir, untuk diri saya sendiri karena tidak menyerah dan tetap berjuang dalam keadaan apapun. Terima kasih sudah berusaha keras sekuat tenaga dan sabat dalam menghadapi banyaknya rintangan dan cobaan. Terima kasih sudah tetap kuat dan tetap mau untuk bertahan hingga saat ini. *You made it!!*

Harapan dan doa Peneliti semoga skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi Peneliti sendiri dan semua pihak yang membutuhkan. Atas segala bantuan dan partisipasi yang telah diberikan semoga menjadi amal saleh dan mendapat balasan yang berlipat ganda.

Akhir kata Peneliti sampaikan terima kasih, semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala senantiasa meridhoi segala usaha kita semua.

Jakarta, Januari 2024

Peneliti



Salsadira Zandi Hakim

NIM : 44320010039

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis.....	17
2.2.1 AIDA.....	17
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	19
2.2.3 Celebrity Endorsement.....	26
2.2.4 Minat Beli	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Paradigma penelitian	33
3.2 Metode penelitian	34

3.3 Populasi dan sampel.....	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel.....	35
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	36
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	37
3.4.1 Definisi Konsep.....	37
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5.1 Data Primer	40
3.5.2 Data Sekunder	40
3.6 Uji Validitas	41
3.7 Uji reliabilitas	46
3.8 Teknik analisis data	48
3.8.1 Uji korelasi sederhana.....	50
3.8.2 Analisis Koefisien Determinasi	51
3.8.3 Uji Linearitas.....	51
3.8.4 Uji Regresi Linear Sederhana	52
3.9 Uji Hipotesis.....	53
3.9.1 Uji Hipotesis (Uji T)	53
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.1.1 Twitter	54
4.1.2 Akun autobase @nctzenbase.....	54
4.1.3 Tentang NCT 127.....	56
4.1.4 Logo BNI	57
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Karakteristik Data Responden.....	57
4.2.2 Hasil Analisa Data Variabel X (<i>Endorsment</i> NCT 127).....	59
4.2.3 Hasil Analisa Data Variabel Y (Minat beli konsumen)	69
4.3 Analisis Statistik.....	77

4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	77
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	82
4.3.3 Hasil Uji Normalitas	83
4.3.4 Hasil Uji Korelasi Sederhana	84
4.3.5 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	85
4.3.6 Hasil Uji Linearitas	85
4.3.7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	85
4.4 Hasil Uji Hipotesis (T)	87
4.5 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	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	100



 UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Most Used Social Media (Jan 2023)	3
Gambar 1.2 Rating Boygroup Korsel.....	5
Gambar 1.3 Album NCT 127 <i>Billboard</i> 2023	6
Gambar 1.4 <i>Billboard Artist</i> NCT 127 2023.....	6
Gambar 1. 5 Desain tapcash BNI x NCT 127 2023).....	7
Gambar 1. 6 Komentar beberapa NctZen dengan tapcash 2023	9
Gambar 1.7 Komentar dari NctZen tentang tapcash NCT 127 Feb 2023	10
Gambar 1. 8 Beberapa NctZen yang menjual tapcash di twitter (Feb 2023)...	10
Gambar 2.1 Kerjasama NCT di Indonesia	17
Gambar 2 2 AIDA Model	18
Gambar 2.3 Langkah IMC	26
Gambar 4.1 Menfess & Keyword @nctzenbase	55
Gambar 4.2 Peringatan jika melakukan pelanggaran di @nctzenbase	55
Gambar 4.3 Boy Group K-Pop NCT 127.....	56



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	32
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep	38
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X	42
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y	45
Tabel 3. 4 Kategorisasi Croanbach	47
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Endorsment (X)	48
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli (Y)	48
Tabel 3. 7 Kategorisasi koefisien korelasi	50
Tabel 3. 8 Hasil Uji Linearitas	52
Tabel 4. 1 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 3 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.4 Pendapatan Responden per Bulan.....	59
Tabel 4.5 Pengeluaran Responden per Bulan	59
Tabel 4. 6 Pertanyaan Dimensi Trustworthlines 1	60
Tabel 4. 7 Pertanyaan Dimensi Trustworthlines 2	60
Tabel 4. 8 Penilaian Dimensi Trustworthliness	61
Tabel 4. 9 Pertanyaan Dimensi Expertise 1	61
Tabel 4. 10 Pertanyaan Dimensi Expertise 2	62
Tabel 4. 11 Pertanyaan Dimensi Expertise 3	62
Tabel 4. 12 Penilaian Dimensi Expertise	63
Tabel 4. 13 Pertanyaan Dimensi Attractiveness 1	63
Tabel 4. 14 Pertanyaan Dimensi Attractiveness 2	64
Tabel 4. 15 Pernyataan Dimensi Attractiveness 3	64
Tabel 4. 16 Pernyataan Dimensi Attractiveness 4	64
Tabel 4. 17 Pernyataan Dimensi Attractiveness 5	65
Tabel 4. 18 Pernyataan Dimensi Attractiveness 6	65
Tabel 4. 19 Penilaian Dimensi Attractiveness	66
Tabel 4. 20 Pernyataan Dimensi Respect 1	67
Tabel 4. 21 Pernyataan Dimensi Respect 2.....	68
Tabel 4. 22 Penilaian Dimensi Respect.....	68
Tabel 4. 23 Pernyataan Dimensi Similarity 1	68
Tabel 4. 24 Penilaian Dimensi Similarity	69
Tabel 4. 25 Pernyataan Dimensi Attention 1	69
Tabel 4. 26 Pernyataan Dimensi Attention 2	70
Tabel 4. 27 Penilaian Dimensi Attention	70
Tabel 4. 28 Pernyataan Dimensi Interest 1	71

Tabel 4. 29 Pernyataan Dimensi Interest 2	71
Tabel 4. 30 Pernyataan Dimensi Interest 3	72
Tabel 4. 31 Penilaian Dimensi Interest	72
Tabel 4. 32 Pernyataan Dimensi Desire 1	73
Tabel 4. 33 Pernyataan Dimensi Desire 2	73
Tabel 4. 34 Pernyataan Dimensi Desire 3	74
Tabel 4. 35 Penilaian Dimensi Desire	74
Tabel 4. 36 Pernyataan Dimensi Action 1	75
Tabel 4. 37 Pernyataan Dimensi Action 2	75
Tabel 4. 38 Pernyataan Dimensi Action 3	76
Tabel 4. 39 Penilaian Dimensi Action	76
Tabel 4. 40 Hasil Uji Validitas Endorsement.....	77
Tabel 4. 41 Hasil Uji Validitas Minat Beli	80
Tabel 4. 42 Hasil Uji Reliabilitas Endorsement.....	82
Tabel 4. 43 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli.....	83
Tabel 4. 44 Hasil Uji Normalitas	83
Tabel 4. 45 Hasil Uji Korelasi (Pearson Product Moment)	84
Tabel 4. 46 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	85
Tabel 4. 47 Hasil Uji Linearitas	85
Tabel 4. 48 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	86
Tabel 4. 49 Hasil Uji Hipotesis (T).....	87

