



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DEDDY CORBUZIER
PADA IKLAN YOUTUBE “BIBIT: APLIKASI TERBAIK
INVESTASI OBLIGASI FR VERSI DEDDY CORBUZIER”
TERHADAP MINAT BELI OBLIGASI OLEH GENERASI Z**
(Survei pada Profesional Muda Generasi Z Di Taman Galaxy Indah Kota Bekasi)



**FAKHRI ANAMI PUTRA LUBIS
44320010046**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fakhri Anami Putra Lubis
NIM : 44320010046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Deddy Corbuzier pada Iklan YouTube “Bibit: Aplikasi Terbaik Investasi Obligasi FR versi Deddy Corbuzier” terhadap Minat Beli Obligasi oleh Generasi Z (Survei pada Profesional Muda Generasi Z Di Taman Galaxy Indah Kota Bekasi)

Menyatakan bahwa 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, 20 Januari 2025



Fakhri Anami Putra Lubis

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Fakhri Anami Putra Lubis
NIM : 44320010046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Deddy Corbuzier pada Iklan YouTube “Bibit: Aplikasi Terbaik Investasi Obligasi FR versi Deddy Corbuzier” terhadap Minat Beli Obligasi oleh Generasi Z (Survei pada Profesional Muda Generasi Z Di Taman Galaxy Indah Kota Bekasi)

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 : H. Andri Budiwidodo, S.Si., M.IKom.

NIDN : 0313037302

Ketua Penguji : Sofia Aunul, M.Si.

NIDN : 0314097601

Penguji Ahli : Christina Arsi Lestari, S.Ikom., M.Ikom

NIDN : 0324028801

Jakarta, 25 Februari 2025

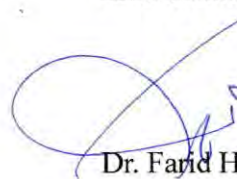
Mengetahui,

Dekan



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



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 : Fakhri Anami Putra Lubis
NIM : 44320010046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Deddy Corbuzier pada Iklan YouTube “Bibit: Aplikasi Terbaik Investasi Obligasi FR versi Deddy Corbuzier” terhadap Minat Beli Obligasi oleh Generasi Z (Survei pada Profesional Muda Generasi Z Di Taman Galaxy Indah Kota Bekasi)

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 Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Januari 2025

Yang menyatakan



(Fakhri Anami Putra Lubis)

ABSTRAK

Nama : Fakhri Anami Putra Lubis
NIM : 44320010046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Deddy Corbuzier pada Iklan YouTube “Bibit: Aplikasi Terbaik Investasi Obligasi FR versi Deddy Corbuzier” terhadap Minat Beli Obligasi oleh Generasi Z (Survei pada Profesional Muda Generasi Z Di Taman Galaxy Indah Kota Bekasi)
Pembimbing : H. Andri Budiwidodo

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* Deddy Corbuzier pada iklan YouTube “Bibit: Aplikasi Terbaik Investasi Obligasi FR versi Deddy Corbuzier” terhadap minat beli obligasi oleh generasi Z dengan cara melakukan survei pada profesional muda generasi Z di Taman Galaxy Indah Kota Bekasi. Variabel X adalah *brand ambassador* dengan dimensi menggunakan teori VisCAP (*visibility, credibility, attraction* dan *power*). Variabel Y adalah minat beli dengan dimensi minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif.

Paradigma penelitian yang digunakan adalah positivistik dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei. Populasi yang diambil adalah populasi generasi Z yang berdomisili di Taman Galaxy Indah Kota Bekasi sebanyak 434 orang (per 20 Juli 2024) dan sampel penelitian ini sebanyak 82 responden. Kuesioner digunakan untuk mendapatkan tanggapan dari responden.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh *brand ambassador* Deddy Corbuzier terhadap minat beli generasi Z berkaitan dengan obligasi FR dalam iklan YouTube Bibit tersebut. Hubungan antara variabel *brand ambassador* dengan minat beli ini sebesar 0,806 (sangat kuat) dengan kontribusi variabel X (*brand ambassador*) sebesar 65,0% terhadap variabel Y (minat beli) dan sisanya 35,0% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kesimpulan penelitian ini membuktikan bahwa pengaruh *brand ambassador* Deddy Corbuzier pada iklan YouTube “Bibit: Aplikasi Terbaik Investasi Obligasi FR versi Deddy Corbuzier” relatif kuat terhadap minat beli obligasi FR oleh generasi Z.

Kata Kunci: *brand ambassador*, deddy corbuzier, minat beli, bibit, obligasi FR

ABSTRACT

Name : Fakhri Anami Putra Lubis
NIM : 44320010046
Study Program : Communication Science
Title of Thesis : The Influence of Brand Ambassador Deddy Corbuzier on the YouTube Advertisement "Bibit: Deddy Corbuzier's Best FR Bond Investment Application" on Generation Z's Interest in Buying Bonds (Survey of Generation Z Young Professionals in Taman Galaxy Indah, Municipality of Bekasi)
Counsellor : H. Andri Budiwidodo, S.Si., M.IKom.

This research aims to determine the influence of brand ambassador Deddy Corbuzier on the YouTube advertisement "Bibit: Deddy Corbuzier's version of the Best FR Bond Investment Application" on generation Z's interest in buying bonds by conducting a survey of young professionals from generation Z in Taman Galaxy Indah, Municipality of Bekasi. Variable X is brand ambassador with dimensions using VisCAP theory (visibility, credibility, attraction and power). Variable Y is purchasing interest with dimensions of transactional interest, referential interest, preferential interest and exploratory interest.

The research paradigm used is positivistic with a quantitative approach and survey methods. The population taken was the generation Z population who live in Taman Galaxy Indah, Municipality of Bekasi, totalling 434 people (as of 20 July 2024) and the sample for this study was 82 respondents. Questionnaires are used to obtain responses from respondents.

Based on the research results, there is an influence of brand ambassador Deddy Corbuzier on generation Z's buying interest regarding FR bonds in the Bibit YouTube advertisement. The relationship between the brand ambassador variable and buying interest is 0.806 (very strong) with the contribution of variable X (brand ambassador) being 65.0% to variable Y (buying interest) and the remaining 35.0% being influenced by other variables.

The conclusion of this research proves that the influence of brand ambassador Deddy Corbuzier on the YouTube advertisement "Bibit: Deddy Corbuzier's version of the Best FR Bond Investment Application" is relatively strong on the interest in buying FR bonds by generation Z.

Keywords: brand ambassador, deddy corbuzier, minat beli, bibit, FR bonds.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkah rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi berjudul Pengaruh *Brand Ambassador* Deddy Corbuzier Pada Iklan YouTube “Bibit: Aplikasi Terbaik Investasi Obligasi FR Versi Deddy Corbuzier” Terhadap Minat Beli Obligasi Oleh Generasi X (Survei pada Profesional Muda Generasi Z Di Taman Galaxy Indah Kota Bekasi).

Adapun penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

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

1. Bapak H. Andri Budiwidodo, S.Si., M.IKom, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang terus membantu penulis dan membimbing penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik;
2. Ibu Dr. SM Niken Restaty, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Kampus Cabang (Menteng) Universitas Mercu Buana;
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana;
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana;
5. Ibu Melly Ridharyanti, M.Soc.Sc., Ph.D., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana;
6. Seluruh Dosen Pengajar dan staf akademik Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya bidang studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu;
7. Ibu Lia Efrida Ernawati & Bapak Al Ikhwan Indra Budiman selaku orangtua;

8. Ibu Efriani, abang Muhammad Reihangga Lubis, & Kak Devi Aulia Dara selaku orang yang berjasa untuk menyelesaikan Tugas Akhir;
9. Lunetta Emilia Tansy selaku teman yang ikut berjasa untuk menyelesaikan Tugas Akhir;
10. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini namun tidak dapat disebutkan satu persatu;
11. Serta penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri karena telah mampu menyelesaikan pendidikan sarjana.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir penelitian ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang ilmu komunikasi. Akhir kata rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya, semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Januari 2025

Fakhri Anami Putra Lubis

DAFTAR ISI

HALAMAN 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	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.4.1. Aspek Akademis	10
1.4.2. Aspek Praktis	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Kajian Teoretis	21
2.2.1. Komunikasi Pemasaran	21
2.2.2. Periklanan	22
2.2.3. Iklan dan Media Sosial	24
2.2.4. <i>Brand Ambassador</i>	25
2.2.5. <i>New Media</i>	29
2.2.6. Minat Beli	30
2.2.7. YouTube	32
2.2.8. Profesional Muda Gen Z	34
2.2.9. Teori S-O-R	34
2.3. Hipotesis Penelitian	35
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Paradigma Penelitian	37
3.2. Metode Penelitian	38
3.3. Populasi dan Sampel	38
3.3.1. Populasi	38
3.3.2. Sampel	39
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel	40
3.4. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	40
3.4.1. Definisi Konsep	40
3.4.2. Operasionalisasi Konsep	42

3.5. Teknik Pengumpulan Data	47
3.6. Teknik Analisa Data	53
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1. Profil Bibit	56
4.1.2. Profil Obligasi FR Pada Aplikasi Investasi Bibit	58
4.1.3. Profil Deddy Corbuzier Sebagai Brand Ambassador Bibit ..	59
4.1.4. Iklan Youtube "Bibit: Aplikasi Terbaik Investasi Obligasi FR Versi Deddy Corbuzier"	60
4.2. Hasil Penelitian	61
4.2.1. Karakteristik Responden	61
4.2.2. Hasil Penelitian Variabel X	66
4.2.3. Hasil Penelitian Variabel Y	79
4.2.4. Uji Korelasi	93
4.2.5. Uji Koefisien Determinasi	94
4.2.6. Uji Regresi Linier Sederhana	95
4.2.7. Uji t	96
4.3. Pembahasan	96
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	103
5.2. Saran	104
5.2.1. Saran Akademis	104
5.2.2. Saran Praktis	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Kuesioner	113
Lampiran 2. Uji Validitas X	121
Lampiran 3. Uji Validitas Y	122
Lampiran 4. Uji Reliabilitas Variabel X	123
Lampiran 5. Uji Reliabilitas Variabel Y	124
Lampiran 6. Distribusi Nilai t_{tabel}	125
Lampiran 7. Pernyataan <i>Similarity Check</i>	126
Lampiran 8. Hasil <i>Similarity Check</i>	127
Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup	128

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1. Operasionalisasi Konsep	42
Tabel 3.2. Skala Likert	48
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Variabel X	49
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Y	50
Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	52
Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	52
Tabel 3.7. Tingkat Korelasi	53
Tabel 4.1. Seri Obligasi yang ditawarkan dalam aplikasi Bibit	58
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia	62
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	64
Tabel 4.6. Responden Pengguna Aplikasi Bibit	65
Tabel 4.7. Responden Yang Pernah Melihat Iklan YouTube Bibit: Obligasi FR Versi Deddy Corbuzier	65
Tabel 4.8. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X1	66
Tabel 4.9. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X2	67
Tabel 4.10. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X3	68
Tabel 4.11. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X4	69
Tabel 4.12. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X5	70
Tabel 4.13. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X6	70
Tabel 4.14. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X7	71
Tabel 4.15. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X8	72
Tabel 4.16. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X9	73
Tabel 4.17. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X10	74
Tabel 4.18. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X11	75
Tabel 4.19. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X12	76
Tabel 4.20. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X13	76

Tabel 4.21. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X14	77
Tabel 4.22. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan X15	78
Tabel 4.23. Skor Rata-Rata Setiap Item Pernyataan dan Rangking X	79
Tabel 4.24. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y1	80
Tabel 4.25. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y2	81
Tabel 4.26. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y3	81
Tabel 4.27. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y4	82
Tabel 4.28. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y5	83
Tabel 4.29. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y6	84
Tabel 4.30. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y7	85
Tabel 4.31. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y8	85
Tabel 4.32. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y9	86
Tabel 4.33. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y10	87
Tabel 4.34. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y11	88
Tabel 4.35. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y12	89
Tabel 4.36. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y13	89
Tabel 4.37. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y14	90
Tabel 4.38. Jawaban Responden untuk Item Pernyataan Y15	91
Tabel 4.39. Skor Rata-Rata Setiap Item Pernyataan dan Rangking Y	92
Tabel 4.40. Hasil Uji Korelasi	93
Tabel 4.41. Hasil Uji Koefisien Determinasi	94
Tabel 4.42. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	95
Tabel 4.43. Hasil Uji t	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. V BTS sebagai <i>Brand Ambassador</i> SimInvest	3
Gambar 1.2. Lisa BlackPink sebagai <i>Brand Ambassador</i> Ajaib	4
Gambar 1.3. Tangkapan Layar Iklan Bibit ”Bibit: Aplikasi Terbaik Investasi Obligasi FR Versi Deddy Corbuzier”	6
Gambar 4.1. Halaman Antarmuka Aplikasi Bibit	56
Gambar 4.2. Halaman Antarmuka <i>Website</i> Bibit	57
Gambar 4.3. Deddy Corbuzier sebagai <i>Brand Ambassador</i> Bibit	59
Gambar 4.4. Tangkapan Layar Iklan YouTube ”Bibit: Aplikasi Terbaik Investasi Obligasi FR versi Deddy Corbuzier”	61

