



**PENGARUH PENGGUNAAN JKT48 SEBAGAI *CELEBRITY*
ENDORSER TELKOMSEL TERHADAP MINAT BELI PAKET
kuWOTA JKT48**

(Survey Pada *Followers* Akun Instagram @telkomsel)

SKRIPSI

Aditya Bayu Priyambodo

44321010056

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aditya Bayu Priyambodo
NIM : 44321010056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan JKT48 Sebagai *Celebrity Endorser* Telkomsel Terhadap Minat Beli Paket kuWOTA JKT48 (Survey Pada *Followers* Akun Instagram @telkomsel)

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, 23 Agustus 2025



Aditya Bayu Priyambodo

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Aditya Bayu Priyambodo
NIM : 44321010056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan JKT48 Sebagai
Celebrity Endorser Telkomsel Terhadap
Minat Beli Paket kuWOTA JKT48 (Survey
Pada *Followers* Akun Instagram @telkomsel)

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 : Dr. Santa Margaretha Niken R, M.Si
NIDN : 0319027201
Ketua Penguji : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si
NIDN : 0310016901
Penguji Ahli : M. Gunawan, M.I.Kom
NIDN : 0326076406

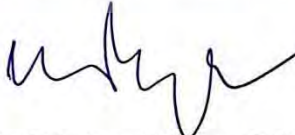


Jakarta, 23 Agustus 2025

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 : Aditya Bayu Priyambodo
NIM : 44321010056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan JKT48 Sebagai
Celebrity Endorser Telkomsel Terhadap
Minat Beli Paket kuWOTA JKT48 (Survey
Pada *Followers* Akun Instagram @telkomsel)

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, 23 Agustus 2025



Aditya Bayu Priyambodo

ABSTRAK

Nama : Aditya Bayu Priyambodo
NIM : 44321010056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan JKT48 Sebagai *Celebrity Endorser* Telkomsel Terhadap Minat Beli Paket kuWOTA JKT48 (Survey Pada *Followers* Akun Instagram @telkomsel)
Pembimbing : Dr. Santa Margaretha Niken R, M.Si

Di era digital yang terus berkembang, penggunaan selebriti sebagai *Celebrity Endorser* menjadi strategi pemasaran yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk menarik perhatian konsumen. Telkomsel menerapkan strategi ini melalui kolaborasi dengan JKT48 dalam mempromosikan Paket kuWOTA JKT48. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan seberapa tinggi peran JKT48 sebagai *Celebrity Endorser* terhadap minat beli konsumen pada produk Paket kuWOTA JKT48.

Penelitian ini berlandaskan pada teori AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) serta kajian teoritis mengenai komunikasi pemasaran, promosi digital, media digital, *Celebrity Endorser*, dan minat beli.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif dan paradigma positivisme. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden, yang merupakan pengikut akun Instagram resmi @telkomsel. Jenis pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*, dan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus slovin. Data dikumpulkan melalui metode *survey* dengan kuesioner online (*google form*) dan dianalisis menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS 25, dengan teknik analisis data berupa uji koefisien korelasi, uji regresi linier sederhana, dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan JKT48 sebagai *Celebrity Endorser* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini ditunjukkan melalui hasil uji koefisien korelasi dengan nilai *Pearson's Correlation* sebesar 0,764, uji regresi linier sederhana dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,355, serta hasil uji t dengan nilai $t_{hitung} 11,739 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kehadiran JKT48 sebagai *Celebrity Endorser* terbukti efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap Paket kuWOTA JKT48 melalui strategi pemasaran digital.

Kata Kunci : Teori AISAS, *Celebrity Endorser*, Minat Beli, Telkomsel, JKT48

ABSTRACT

Name : Aditya Bayu Priyambodo

NIM : 44321010056

Study Program : Communication Studies

Thesis Title : The Influence of Using JKT48 as Telkomsel's Celebrity Endorser on Interest in Purchasing JKT48's kuWOTA Package (Survey on Followers of the @telkomsel Instagram Account)

Counsellor : Dr. Santa Margaretha Niken R, M.Si

In the ever-evolving digital era, the use of celebrities as Celebrity Endorsers has become a marketing strategy widely used by companies to attract consumer attention. Telkomsel implemented this strategy through collaboration with JKT48 in promoting the JKT48 kuWOTA Package. This study aims to determine the influence and how high the role of JKT48 as Celebrity Endorser is on consumer purchasing interest in the JKT48 kuWOTA Package product.

This study is based on the AISAS theory (Attention, Interest, Search, Action, Share) as well as theoretical studies on marketing communications, digital promotions, digital media, Celebrity Endorsers, and purchasing interest.

This study uses a quantitative approach with an explanatory research type and a positivistic paradigm. The sample in this study amounted to 100 respondents, who are followers of the official Instagram account @telkomsel. The type of sampling used probability sampling with a simple random sampling technique, and the number of samples was determined using the slovin formula. Data were collected through a survey method with an online questionnaire (google form) and analyzed using the IBM SPSS 25 application, with data analysis techniques in the form of a correlation coefficient test, a simple linear regression test, and a t-test.

The results of the study indicate that using JKT48 as a Celebrity Endorser positively and significantly influences consumer purchase interest. This is shown through the results of the correlation coefficient test with a Pearson's Correlation value of 0.764, a simple linear regression test with a regression coefficient value of 0.355, and the results of the t-test with a t-count value of 11.739 > t-table 1.984 and a significance value of 0.000 < 0.05. Therefore, it can be concluded that JKT48's role as a Celebrity Endorser has effectively increased consumer purchase interest in the JKT48 kuWOTA Package through digital marketing strategies.

Keywords : *AISAS Theory, Celebrity Endorser, Purchasing Interest, Telkomsel, JKT48*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur tidak hentinya penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menuntaskan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penelitian ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi oleh mahasiswa Universitas Mercu Buana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Marketing Komunikasi, sebagai bukti telah melaksanakan Tugas akhir dan sebagai bagian dari kelengkapan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1). Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi selama proses pengerjaan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih khusus penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si selaku dosen pembimbing dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pengarahan, motivasi, menyediakan waktu, dan pikiran sehingga selama pembuatan penelitian ini terjadwal dengan baik.
2. Ibu Dr. Nurhayani Saragih, M.Si, selaku Ketua Sidang yang telah memimpin jalannya sidang skripsi dengan penuh kebijaksanaan dan ketegasan, serta memberikan suasana sidang yang kondusif dan objektif.
3. Bapak M. Gunawan, M.I.Kom, selaku Dosen Penguji Ahli atas segala kritik, saran, serta masukan yang sangat membangun dalam proses penyempurnaan skripsi ini. Setiap tanggapan yang diberikan menjadi bahan evaluasi dan pembelajaran yang sangat berharga bagi penulis ke depannya.
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, atas segala dukungan akademik yang diberikan.
6. Seluruh dosen dan staf di Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bantuan dan pengajaran yang baik selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana.

7. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Hariyadi Priyambodo dan Ibunda Mike Haryati, yang telah menjadi sumber kekuatan, doa, dan semangat dalam setiap langkah perjalanan ini. Terima kasih atas kasih sayang yang tak terbatas, pengorbanan yang tidak pernah terhitung, serta dukungan moral dan materiil yang senantiasa diberikan tanpa lelah. Cinta dan doa dari Ayah dan Ibu adalah motivasi terbesar yang selalu menguatkan penulis untuk terus berjuang hingga akhirnya sampai pada tahap ini.
8. Adik tercinta, Ghalih Satria Priyambodo, yang telah menjadi sumber semangat, keceriaan, dan pengingat untuk tetap sabar dan berjuang menyelesaikan proses ini hingga akhir. Dukungan sederhana yang diberikan baik dalam bentuk doa, kehadiran, maupun perhatian kecil telah memberikan arti besar dalam perjalanan penulisan skripsi ini.
9. Eyang dan nenek tersayang, Mugiyam dan Ngalinem yang selalu menghadirkan kehangatan dalam doa-doanya, dan juga telah memberikan dukungan secara nyata, termasuk bantuan materiil yang begitu berarti bagi kelangsungan studi penulis. Ketulusan beliau tidak hanya menjadi penopang semangat, tetapi juga memberikan kesempatan nyata bagi penulis untuk terus melanjutkan pendidikan hingga titik ini.
10. Rekan-rekan seperjuangan selama perkuliahan: Eriza Nurendah, Yutta Kezia Mourine, Arriza Cahyo dan Sarah Salsabilla atas dukungan dan kebersamaan yang begitu berarti bagi penulis.
11. Sahabat-sahabat penulis: Julio Azriel, Abdul Hannani, Rakha Hunafa, Dinar Fadzar, Devlin Olin, Ahmad Fauzan, Rayhan Naufal, Rofiq Hammam, Muhammad Firdaus, Farrel Vito, Akbar Aditya, Haqi Taqwa, Filius Deivivi yang selalu meluangkan waktu untuk membantu penulis dapat menjernihkan pikiran, selalu menjadi sahabat yang ada dibelakang untuk memberikan dukungan serta canda tawa dan hiburan untuk penulis.
12. Ni Made Laksmi Bulan Trisna Nesa, yang telah menjadi salah satu *support system* terbaik selama proses ini. Dukungan, semangat, dan pengertian yang diberikan telah menjadi dorongan penting bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama di saat-saat penuh tantangan.

13. Semua pihak yang belum bisa disebutkan namanya secara langsung, namun memiliki peran penting dalam proses ini. Kehadirannya, sekecil apa pun itu, menjadi dorongan yang membantu penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan proses ini. Penulis yakin, namanya telah tercatat dengan indah di Lauhul Mahfudz.

14. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan ke depannya. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai bahan bacaan referensi ilmiah bagi para pembaca. Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat, hidayah, serta panjang umur kepada kita semua, aamiin. Terima kasih.

Jakarta, 23 Agustus 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Aditya Bayu Priyambodo

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	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1 Manfaat Akademis	17
1.4.2 Manfaat Praktis	17
BAB II	18
TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Kajian Teoritis.....	29
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	29
2.2.2 Promosi Digital	32
2.2.3 Media Digital	33
2.2.4 Teori Model AISAS	35
2.2.5 Celebrity Endorser	37

2.2.6 Minat Beli	40
2.3 Kerangka Pemikiran	41
2.4 Hipotesis Teori	45
BAB III	46
METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1 Paradigma Penelitian	46
3.2 Metode Penelitian.....	46
3.3 Populasi dan Sampel.....	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel	48
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	50
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	50
3.4.1 Definisi Konsep	50
3.4.1.1 Celebrity Endorser (X).....	51
3.4.1.2 Minat Beli (Y)	52
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5.1 Data Primer	57
3.5.2 Data Sekunder.....	57
3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
3.5.3.1 Pre-test Uji Validitas.....	58
3.5.3.2 Pre-test Uji Reliabilitas	63
3.6 Teknik Analisis Data	65
3.6.1 Analisis Data.....	67
3.6.1.1 Uji Koefisien Korelasi	68
3.6.1.2 Uji Regresi Linier Sederhana	69
3.6.1.3 Uji Hipotesis.....	70
BAB IV	71
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
4.1.1 Telkomsel	71

4.1.2 Paket kuWOTA JKT48	72
4.2 Hasil Penelitian	75
4.2.1 Pertanyaan Penyaringan	76
4.2.2 Identitas Responden	77
4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.2.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
4.2.3 Jawaban Responden Pada Variabel X	79
4.2.3.1 Hasil Jawaban Pada Dimensi Variabel Celebrity Endorser	87
4.2.4 Jawaban Responden Pada Variabel Y	91
4.2.4.1 Hasil Jawaban Pada Dimensi Variabel Minat Beli	94
4.2.5 Hasil Uji Koefisien Korelasi	97
4.2.6 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	98
4.2.7 Hasil Uji Hipotesis	100
4.3 Pembahasan	101
BAB V	108
KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran	109
5.2.1 Saran Akademis	109
5.2.2 Saran Praktis	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)	2
Gambar 1. 2 Data Kecepatan Unduh Internet Seluler di Indonesia Berdasarkan Operator (2023)	4
Gambar 1. 3 Penggunaan Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram	6
Gambar 1. 4 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Januari 2024	8
Gambar 1. 5 Data Tujuan Penggunaan Media Sosial di Indonesia Januari 2024	9
Gambar 1. 6 Bentuk Promosi Telkomsel di Media Sosial Instagram	11
Gambar 1. 7 Anggota Group JKT48	12
Gambar 1. 8 Informasi Launching Telkomsel x JKT48 di Media Sosial Instagram	13
Gambar 1. 9 Anggota Group JKT48 Berkolaborasi dengan Telkomsel di JKT48 Theater	14
Gambar 2. 1 Visualisasi Perubahan Teori Model AIDMA Menjadi AISAS	36
Gambar 2. 2 Visualisasi Kerangka Pemikiran	45
Gambar 3. 1 Akun Instagram @telkomsel	48
Gambar 3. 2 Hasil Uji Validitas Pada Variabel X (IBM SPSS 25)	60
Gambar 3. 3 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Y (IBM SPSS 25)	62
Gambar 4. 1 Logo Telkomsel	71
Gambar 4. 2 Kategori Paket Bundling kuWOTA JKT48	73
Gambar 4. 3 Bentuk Promosi Anggota JKT48 pada Paket kuWOTA JKT48	74
Gambar 4. 4 Hasil Uji Koefisien Korelasi	98
Gambar 4. 5 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	99
Gambar 4. 6 Hasil Uji T	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu (Jurnal Nasional dan Jurnal Internasional)	24
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep.....	54
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X	60
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y	62
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	64
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	65
Tabel 3. 6 Skala Likert	66
Tabel 3. 7 Tingkat Uji Koefisien Korelasi	69
Tabel 4. 1 Kriteria Pemilihan Responden (Screening Question)	76
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	77
Tabel 4. 3 Usia Responden.....	78
Tabel 4. 4 X1: JKT48 dalam menyampaikan informasi terkait keuntungan yang didapat ketika membeli Paket kuWOTA JKT48, sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh produk tersebut.....	79
Tabel 4. 5 X2: JKT48 konsisten dan tulus dalam mempromosikan dan menyampaikan informasi terkait Paket kuWOTA JKT48	79
Tabel 4. 6 X3: JKT48 cocok sebagai Celebrity Endorser karena mereka selebriti yang menyenangkan dalam menyampaikan pesan iklan	80
Tabel 4. 7 X4: JKT48 dalam menyampaikan pesan iklan dapat meyakinkan konsumen terkait produk yang dipromosikannya.....	80
Tabel 4. 8 X5: JKT48 memiliki pengetahuan yang luas tentang produk yang dipromosikannya.....	81
Tabel 4. 9 X6: JKT48 berpengalaman dalam membintangi sebuah iklan	81
Tabel 4. 10 X7: JKT48 mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi persepsi konsumen	82
Tabel 4. 11 X8: Kecantikan wajah dari JKT48 mempengaruhi minat dan keputusan konsumen dalam membeli produk yang dipromosikannya	82
Tabel 4. 12 X9: JKT48 memiliki pesona memukau yang dapat menunjang minat konsumen untuk melihat dan menyimak iklan yang dipromosikannya	83

Tabel 4. 13 X10: Penampilan gaya dan pakaian yang menarik dari JKT48 dalam mempromosikan Paket kuWOTA JKT48 menimbulkan kesan positif terhadap produk tersebut	83
Tabel 4. 14 X11: JKT48 memiliki banyak penghargaan membuat mereka layak menjadi Celebrity Endorser pada produk yang dipromosikannya.....	84
Tabel 4. 15 X12: JKT48 memiliki kepopuleran dibidang musik sehingga layak untuk menjadi Celebrity Endorser Telkomsel.....	84
Tabel 4. 16 X13: Kualitas JKT48 dalam menyampaikan pesan sangat baik sehingga layak menjadi Celebrity Endorser Telkomsel.....	85
Tabel 4. 17 X14: JKT48 memiliki kesamaan usia dengan target market produk yang dipromosikannya	85
Tabel 4. 18 X15: Saya merasa memiliki kesamaan dengan JKT48 dalam hal selera musik atau hiburan.....	86
Tabel 4. 19 X16: JKT48 dapat memahami kebutuhan dan preferensi konsumen.	86
Tabel 4. 20 Jawaban Responden Variabel X Trustworthiness (Dapat Dipercaya)	87
Tabel 4. 21 Jawaban Responden Variabel X Expertise (Keahlian).....	88
Tabel 4. 22 Jawaban Responden Variabel X Attractiveness (Daya Tarik)	88
Tabel 4. 23 Jawaban Responden Variabel X Respect (Kualitas Dihargai)	89
Tabel 4. 24 Jawaban Responden Variabel X Similarity (Kesamaan).....	90
Tabel 4. 25 Y1: Saya berminat untuk melakukan pembelian Paket kuWOTA JKT48.....	91
Tabel 4. 26 Y2: Berdasarkan pengalaman, saya akan mengajak orang-orang di sekitar saya untuk menggunakan Paket kuWOTA JKT48.....	91
Tabel 4. 27 Y3: Jika ada yang bertanya tentang paket telekomunikasi yang bagus, cepat dan menawarkan banyak keuntungan, saya akan menyarankan Paket kuWOTA JKT48.	92
Tabel 4. 28 Y4: Saya lebih memilih Paket kuWOTA JKT48 dibandingkan dengan produk pesaing.....	92
Tabel 4. 29 Y5: Saya merasa Paket kuWOTA JKT48 lebih menarik karena menggunakan JKT48 sebagai Celebrity Endorser.....	93

Tabel 4. 30 Y6: Sebelum membeli produk, Saya mencari informasi terlebih dahulu terkait Paket kuWOTA JKT48.....	93
Tabel 4. 31 Y7: Saya mempertimbangkan untuk menggunakan Paket kuWOTA JKT48 berdasarkan sifat-sifat positif dari produk tersebut	94
Tabel 4. 32 Jawaban Responden Variabel Y Minat Transaksional	94
Tabel 4. 33 Jawaban Responden Variabel Y Minat Referensial	95
Tabel 4. 34 Jawaban Responden Variabel Y Minat Preferensial	96
Tabel 4. 35 Jawaban Responden Variabel Y Minat Eksploratif	97



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	120
Lampiran 2 Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser (X)	125
Lampiran 3 Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	126
Lampiran 4 Uji Reliabilitas Variabel Celebrity Endorser (X)	126
Lampiran 5 Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)	126
Lampiran 6 Uji Koefisien Korelasi.....	127
Lampiran 7 Uji Regresi Linier Sederhana dan Uji t	127
Lampiran 8 Tabulasi Data Kuesioner Variabel Celebrity Endorser (X).....	127
Lampiran 9 Tabulasi Data Kuesioner Variabel Minat Beli (Y)	130
Lampiran 10 Pernyataan Similarity Check	133
Lampiran 11 Hasil Turnitin (Similarity Check)	134
Lampiran 12 Curriculum Vitae (CV).....	157

