



**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* NICHOLAS
SAPUTRA TERHADAP MINAT BELI NUGGET
KANZLER PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM
*@TEMANKANZLER***



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
DIMAS HAKIM PRASETYO
44320120009

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

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Hakim Prasetyo
NIM : 44320120009
Progam Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Nicholas Saputra
Terhadap Minat Beli Nugget Kanzler pada
Followers Instagram @temankanzler

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, 24 Juli 2025



Dimas Hakim Prasetyo

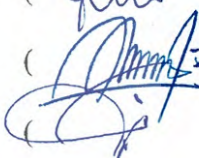
HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dimas Hakim Prasetyo
NIM : 44320120009
Program Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Nicholas Saputra
Terhadap Minat Beli Nugget Kanzler pada
Followers Instagram @temankanzler

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing	: Riki Arswendi, S.Sos, M.IKom	()
NIDN	: 0316088503	
Ketua Penguji	: Siti Muslichatul Mahmudah, M.IKom	()
NIDN	: 0326089202	
Penguji Ahli	: Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si	()
NIDN	: 0301117301	

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Juli 2025
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid Umarela, 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 : Dimas Hakim Prasetyo
NIM : 44320120009
Progam Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Nicholas Saputra Terhadap Minat Beli Nugget Kanzler pada *Followers* Instagram @temankanzler

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, 24 Juli 2025
Yang menyatakan,



Dimas Hakim Prasetyo

ABSTRAK

Nama : Dimas Hakim Prasetyo
NIM : 44320120009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Nicholas Saputra Terhadap Minat Beli Nugget Kanzler Pada *Followers* Instagram @temankanzler
Pembimbing : Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom

Perkembangan teknologi digital telah mengubah strategi pemasaran perusahaan, strategi yang banyak digunakan adalah pemanfaatan *brand ambassador* untuk membangun citra merek untuk meningkatkan minat beli. Seperti Kanzler yang menerapkan strategi pemasaran digital dengan menggandeng Nicholas Saputra sebagai brand ambassador untuk produk nugget Kanzler. Penggunaan *brand ambassador* telah banyak diterapkan, namun penelitian yang secara spesifik membahas pengaruhnya terhadap industri makanan olahan masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *brand ambassador* Nicholas Saputra terhadap minat beli Nugget Kanzler.

Menurut Lea-Greenwood (2012) Brand ambassador adalah alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan dan berhubungan dengan publik, dengan harapan mereka dapat meningkatkan penjualan. Menurut Chinomona et al (2013) minat beli merupakan kemungkinan konsumen akan membeli sebuah produk atau jasa. Minat beli muncul ketika seseorang telah mendapatkan informasi yang cukup mengenai produk yang diinginkan.

Dalam penelitian ini paradigma yang digunakan adalah *positivisme* dengan metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif survei kuesioner. Populasi yang diambil adalah *followers* instagram @temankanzler pada tanggal 28 Februari 2025 dengan jumlah 57.145 *followers* dan sampel yang diambil adalah 100 responden yang didapatkan dari rumus slovin.

Penelitian ini menunjukkan nilai t hitung yang diperoleh dari hasil perhitungan pada Uji t yaitu t hitung (14,139) > t tabel (1,661). Dari hasil tersebut, bahwa t hitung > t tabel yang artinya (H_0) ditolak dan (H_a) diterima maka brand ambassador berpengaruh signifikan terhadap citra merek dengan memiliki nilai korelasi 0,819 yang menunjukkan hubungan sangat kuat antara dua variabel dengan nilai koefisien determinasi sebesar 67,1%. Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *Brand Ambassador* Nicholas Saputra terhadap Minat Beli Nugget Kanzler.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Minat Beli, Instagram, Nicholas Saputra, Nugget Kanzler.

ABSTRACT

Name : Dimas Hakim Prasetyo
NIM : 44320120009
Study Program : Communication Studies
Thesis Report Title : *The Influence of Brand Ambassador Nicholas Saputra on the Purchase Interest of Kanzler Nuggets Among Followers of the Instagram Account @temankanzler*
Counsellor : Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom

The development of digital technology has changed the company's marketing strategy, a widely used strategy is the utilization of brand ambassadors to build a brand image to increase buying interest. Like Kanzler, which implements a digital marketing strategy by cooperating with Nicholas Saputra as a brand ambassador for Kanzler nugget products. The use of brand ambassadors has been widely applied, but research that specifically discusses their influence on the processed food industry is still limited. Therefore, this study aims to determine whether there is an effect of Nicholas Saputra's brand ambassador on buying interest in Kanzler Nuggets.

According to Lea-Greenwood (2012), a brand ambassador is a tool used by companies to communicate and interact with the public, with the hope of increasing sales. According to Chinomona et al (2013), purchase intent is the likelihood of consumers purchasing a product or service. Purchase intent arises when an individual has obtained sufficient information about the desired product.

In this study, the paradigm used is positivism, with the method employed being a quantitative descriptive survey questionnaire. The population selected was the Instagram followers of @temankanzler on February 28, 2025, with a total of 57,145 followers, and the sample consisted of 100 respondents obtained using the Slovin formula.

The study showed that the calculated t-value obtained from the t-test results was $t\text{-calculated} (14.139) > t\text{-table} (1.661)$. From these results, since $t\text{ calculated} > t\text{ table}$, this means that (H_0) is rejected and (H_a) is accepted, indicating that the brand ambassador significantly influences brand image with a correlation value of 0.819, showing a very strong relationship between the two variables with a determination coefficient of 67.1%. Therefore, it can be concluded that there is an influence of Brand Ambassador Nicholas Saputra on the Purchase Intention of Kanzler Nuggets.

Keywords: Brand Ambassador, Purchase Intention, Instagram, Nicholas Saputra, Kanzler Nuggets.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas outline skripsi ini, yang merupakan salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana pada Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh *Brand Ambassador* Nicholas Saputra Terhadap Minat Beli Nugget Kanzler Pada Followers Instagram @temankanzler”**.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga atas kasih sayang serta rahmat dan karunia yang telah Allah SWT berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, penulis memerlukan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Riki Arswendi, S. Sos, M.Ikom, selaku dosen pembimbing pada mata kuliah Tugas Akhir. Terima kasih atas bimbingan dan arahan serta masukan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu.
2. Siti Muslichatul Mahmudah S.IKom, M.IKom, selaku Ketua Sidang penelitian ini yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.
3. Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si, selaku Dosen Penguji Ahli dan Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.
4. Prof Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Melly Ridharyanti, M.Soc.Sc, Ph.D, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Ridho Azlam, M.I.Kom selaku Sekprodi *Advertising and Marketing Communication*.

7. Bapak dan Ibu Dosen Pengampu Mata Kuliah Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana yang sudah memberi dan mengajarkan ilmu nya yang bermanfaat kepada saya.
8. Staf Tata Usaha atas semua bantuan dan kemudahan yang sudah diberikan pada saat proses penelitian dan penulisan skripsi ini
9. Kepada kedua orang tua dan keluarga tercinta terimakasih selalu memberikan dukungan dan dorongan dari segi materi, mental, dan moral serta do'a.
10. Kepada pasangan saya tercinta Yunita Wulan Widiyarsari & sahabat terbaik saya Afifah Fadillah yang selalu support dari awal masuk perkuliahan hingga penulisan skripsi ini.
11. Teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya *Advertising and Marketing Communication* Angkatan 2021 yang sudah berjuang bersama dari awal hingga saat ini.
12. Terimakasih kepada semua teman-teman saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu mendukung saya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak segala kekurangan dan masih jauh dari sempurna, oleh karena itu semua saran dan kritik dari pembaca akan diterima guna memperbaiki dan mengembangkan penelitian ini. Penulis berharap semoga outline skripsi ini bermanfaat bagi penelitian selanjutnya dan juga bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan.

Jakarta, 30 Juni 2025

Dimas Hakim Prasetyo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
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.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoretis	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	19
2.2.2 Brand Ambassador	20
2.2.2.1 Manfaat <i>Brand Ambassador</i>	21
2.2.2.2 Fungsi <i>Brand Ambassador</i>	21
2.2.2.3 Dimensi dan Indikator <i>Brand Ambassador</i>	22
2.2.3 Minat Beli.....	24
2.2.4 Media Sosial.....	25
2.2.5 Instagram.....	25
2.3 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Paradigma Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 Sampel	28
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	29
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	30
3.4.1 Definisi Konsep	30
3.4.1.1 Brand Ambassador (Variabel X).....	30
3.4.1.2 Minat Beli (Variabel Y).....	31
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32

3.5.1 Data Primer	32
3.5.2 Data Sekunder	34
3.5.3 Uji Validitas	34
3.5.4 Uji Reliabilitas	36
3.6 Teknik Analisis Data	37
3.6.1 Tahap Penyuntingan (Editing)	38
3.6.2 Tahap Pengkodean (Coding)	38
3.6.3 Tahap Tabulasi (Tabulating).....	38
3.6.4 Analisis Korelasi	38
3.6.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	39
3.6.6 Uji Hipotesis Statistik.....	40
3.6.7 Analisis Koefisien Determinasi	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	42
4.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan.....	42
4.1.2 Logo Perusahaan	42
4.1.3 Visi Misi Perusahaan.....	42
4.1.4 Profile Nicholas Saputra.....	43
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Karakteristik Responden.....	44
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna yang Mengikuti Instagram @temankanzler.....	45
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Nugget Kanzler	46
4.2.2 Analisis Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X).....	46
4.2.2.1 Karakteristik Dimensi Visibility (Kepopuleran).....	46
4.2.2.2 Dimensi Credibility (Kredibilitas).....	48
4.2.2.3 Dimensi Attraction (Daya Tarik)	50
4.2.2.4 Dimensi Power (Kekuatan).....	52
4.2.3 Analisis Variabel Minat Beli (Y).....	54
4.2.3.1 Dimensi Awareness (Kesadaran).....	54
4.2.3.2 Dimensi Interest (Minat).....	56
4.2.3.3 Dimensi Desire (Menginginkan).....	57
4.2.3.4 Dimensi Action (Tindakan).....	59
4.2.4 Deskriptif Jawaban Responden.....	61
4.2.4.1 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Brand Ambassador (X)	61
4.2.4.2 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y)	62
4.2.5 Uji Korelasi.....	63
4.2.6 Uji Regresi Linear Sederhana	64
4.2.7 Uji Hipotesis Statistik/Uji T	64
4.2.8 Uji Koefisiensi Determinasi.....	65
4.3 Pembahasan	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran	74
5.2.1 Saran Akademis.....	74
5.2.2 Saran Praktis	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Operasional Konsep	31
Tabel 3. 2 Skala Interval	34
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Varibel X (Brand Ambassador)	35
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Varibel Y (Minat Beli)	35
Tabel 3. 5 Nilai Alpha Cronbach	37
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Varibel X (Brand Ambassador).....	37
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Varibel Y (Minat Beli)	37
Tabel 3. 8 Interpretasi Koefisien Korelasi	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia	44
Tabel 4. 3 Karakteristik Followers Instagram @temankanzler.....	45
Tabel 4. 4 Karakteristik Mengetahui Nicholas Saputra sebagai <i>Brand Ambassador</i> Nugget Kanzler	46
Tabel 4. 5 Pernyataan Visibility (Kepopuleran) 1	46
Tabel 4. 6 Pernyataan Visibility (Kepopuleran) 2	47
Tabel 4. 7 Pernyataan Visibility (Kepopuleran) 3	48
Tabel 4. 8 Pernyataan Credibility (Kredibilitas) 1	48
Tabel 4. 9 Pernyataan Credibility (Kredibilitas) 2	49
Tabel 4. 10 Pernyataan Credibility (Kredibilitas) 3	49
Tabel 4. 11 Pernyataan Attraction (Daya Tarik) 1	50
Tabel 4. 12 Pernyataan Attraction (Daya Tarik) 2	51
Tabel 4. 13 Pernyataan Attraction (Daya Tarik) 3	51
Tabel 4. 14 Pernyataan Power (Kekuatan) 1	52
Tabel 4. 15 Pernyataan Power (Kekuatan) 2	52
Tabel 4. 16 Pernyataan Power (Kekuatan) 3	53
Tabel 4. 17 Pernyataan Awareness (Kesadaran) 1	54
Tabel 4. 18 Pernyataan Awareness (Kesadaran) 2	54
Tabel 4. 19 Pernyataan Awareness (Kesadaran) 3	55
Tabel 4. 20 Pernyataan Interest (Minat) 1	56
Tabel 4. 21 Pernyataan Interest (Minat) 2	56
Tabel 4. 22 Pernyataan Interest (Minat) 3	57
Tabel 4. 23 Pernyataan Desire (Menginginkan) 1	57
Tabel 4. 24 Pernyataan Desire (Menginginkan) 2	58
Tabel 4. 25 Pernyataan Desire (Menginginkan) 3	59
Tabel 4. 26 Pernyataan Action (Tindakan) 1	59
Tabel 4. 27 Pernyataan Action (Tindakan) 2	60
Tabel 4. 28 Pernyataan Action (Tindakan) 3	60
Tabel 4. 29 Deskriptif Variabel Brand Ambassador (X)	61
Tabel 4. 30 Deskriptif Variabel Minat Beli (Y)	62
Tabel 4. 31 Uji Korelasi	63

Tabel 4. 32 Uji Korelasi	64
Tabel 4. 33 Uji Hipotesis Statistik/Uji T.....	64
Tabel 4. 34 Uji Koefisiensi Determinasi.....	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nicholas Saputra Sebagai Brand Ambassador Nugget Kanzler.....	2
Gambar 1. 2 Billboard Nicholas Saputra Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Nugget Kanzler	4
Gambar 1. 3 Tangkapan layar komentar warganet terhadap Kanzler Crispy Nugget Nicholas Saputra.	5
Gambar 1. 4 Diagram Platform Sosial Media Terfavorit.....	6
Gambar 1. 5 Penggunaan Instagram di Indonesia.....	7
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	42
Gambar 4. 2 Logo Perusahaan	43

