

**PENGARUH IKLAN DAN CELEBRITY ENDORSER “SONG JOONG
KI” TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN
MARKETPLACE BUKALAPAK (STUDI MAHASISWA JURUSAN
ILMU KOMUNIKASI UNTAG SURABAYA ANGAKATAN TAHUN
2021)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

FEBRIAN EKA MANU PUTRA

1151800079

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

**PENGARUH IKLAN DAN CELEBRITY ENDORSER “SONG
JOONG KI” TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK
MENGUNAKAN MARKETPLACE BUKALAPAK (STUDI
MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI UNTAG SURABAYA
ANGKATAN TAHUN 2021)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

FEBRIAN EKA MANU PUTRA

1151800079

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS 17 AGUSTUS
1945 SURABAYA**

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Febrian Eka Manu Putra

NBI : 1151800079

Judul : Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorser “Song Joong Ki” terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Marketplace Bukalapak (Studi Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya Angkatan Tahun 2021)

Surabaya, 03 Januari 2023

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120870103

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Muchamad Rizqi, S. I Kom., M Med.

Kom

NPP. 20150170752

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

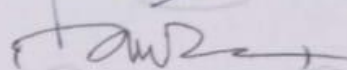
Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal : 03 Januari 2023

Dewan Penguji:

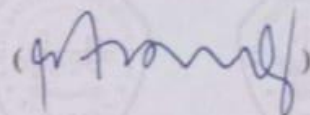
1. Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom

()

2. Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom



3. A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom

()

Mengesahkan
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Febrian Eka Manu Putra

NBI : 1151800079

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorser "Song Joong Ki" terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Marketplace Bukalapak (Studi Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya Angkatan Tahun 2021)

Menyatakan:

1. Bahwa tugas akhir saya sebenarnya adalah karya ilmiah saya sendiri dan sesuai petunjuk dosen pembimbing dan bukan akibat plagiat suatu karya ilmiah orang lain yang pernah menerbitkan dan/atau menerbitkan karya akademis orang lain digunakan untuk menerbitkan gelar khusus.
2. Ketika saya mengambil, mengutip atau menulis bagian dari artikel akademis orang lain mencantumkan sumbernya dan meletakkannya didalam daftar pustaka.
3. Jika dikemudian hari ternyata tugas akhir saya terbukti sebagian dan seluruhnya plagiarisme karya ilmiah asing tanpa menyebutkan sumber dan tidak mencantumkannya, saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar.

Oleh karena itu, saya mengucapkan kalimat ini dengan serius dan penuh kesadaran.

Surabaya, 03 Januari 2023

Yang menyatakan



Febrian Eka Manu Putra



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febrian Eka Manu Putra
NBI/ NPM : 1151800079
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : Ilmu komunikasi
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorser "Song Joong ki" Terhadap Minat konsumen Untuk Menggunakan Marketplace Bukalapak (Studi Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya Angkatan Tahun 2021).

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
Pada tanggal : 03 Januari 2023

Yang Menyatakan



(.....)

*Coret yang tidak perlu

ABSTRAK

Di tengah persaingan industri *marketplace* di Indonesia, Bukalapak mengalami kondisi yang kurang siap bersaing dan kurang peminat jika dibandingkan perusahaan *marketplace* lainnya. Beberapa upaya dan strategi yang dilakukan oleh pihak Bukalapak untuk dapat menjadi *marketplace* pilihan utama konsumen Indonesia melalui iklan dan penggunaan celebrity endorser yaitu Song Joong Ki.

Pendekatan penelitian dalam studi riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengembangan penelitian secara deskriptif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling* dengan responden yang merupakan mahasiswa angkatan 2021 Program Studi Ilmu Komunikasi Semester Gasal 2022/2023 sebanyak 77 responden.

Teknik pengumpulan data dengan memberi kuesioner pada responden, wawancara dan dokumentasi. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda serta uji f (simultan) dan uji t (parsial).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa antara variabel Iklan (X_1) dan *Celebrity Endorser* (X_2) terhadap Minat Konsumen (Y) memiliki hubungan yang sangat kuat. Pada hasil uji hipotesis baik menggunakan uji t dan uji F, maka disimpulkan bahwa variabel Iklan (X_1) dan *Celebrity Endorser* (X_2) secara parsial dan simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen untuk menggunakan *marketplace* Bukalapak sebagai pilihan berbelanja online.

Kata Kunci: Iklan, *celebrity endorser*, minat konsumen

ABSTRACT

In the midst of competition in the marketplace industry in Indonesia, Bukalapak is experiencing conditions that are less ready to compete and less interested than other marketplace companies. Several efforts and strategies were made by Bukalapak to become the main choice marketplace for Indonesian consumers through advertising and the use of celebrity endorsers, namely Song Joong Ki.

The research approach in this research study uses a quantitative approach and descriptive research development. The sampling technique in this study used the Non-Probability Sampling technique with the Purposive Sampling type with 77 respondents who were students of class 2021 of the Communication Studies Study Program Odd Semester 2022/2023.

Data collection techniques by giving questionnaires to respondents, interviews and documentation. In proving and analyzing this, validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests and f (simultaneous) and t (partial) tests are used.

The results of the study show that between advertising (X1) and celebrity endorsers (X2) variables on consumer interest (Y) there is a very strong relationship. On the results of hypothesis testing using both the t test and F test, it is concluded that the variable Advertising (X1) and Celebrity Endorser (X2) partially and simultaneously or together have a significant influence on consumer interest in using the Bukapalak marketplace as an online shopping option.

Keyword: *Advertising, celebrity endorser, consumer interest*

KATA PENGANTAR

Puji syukur tiada henti peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorser “Song Joong Ki” terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Marketplace Bukalapak (Studi Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya Angkatan Tahun 2021)”. Penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari semua pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Dosen Pembimbing satu yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini sampai selesai.
5. Dra.Ni Made Ida Pratiwi, M.M. selaku Dosen Pembimbing dua dan Dosen Wali yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini sampai selesai.
6. Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom selaku Dosen Penguji satu yang telah menguji kelayakan skripsi yang saya diajukan.
7. A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom selaku Dosen Penguji dua yang telah menguji kelayakan skripsi yang saya diajukan.
8. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
9. Para *staff* tata usaha baik umum dan akademik atas bantuannya yang telah memberikan informasi kepada peneliti selama ini.
10. Orang tua saya yang selalu mendoakan agar diberikan kelancaran dan kemudahan dalam mengerjakan skripsi yang saya buat .

11. Sugi Hartono, M.Pd , Nabilla Indrasari S.I.Kom , Widyati Octavani selaku teman yang selalu memotivasi dan mensupport saya agar terus semangat dalam mengerjakan skripsi yang saya buat.
12. Seluruh teman - teman ilmu komunikasi angkatan 2018 yang telah mengiringi perjalanan sejak awal hingga akhir perkuliahan dan memberikan banyak bantuan dalam proses belajar beserta semua kenangannya.

Peneliti sangat menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti dengan tangan terbuka mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca. Semoga segala dukungan, dan pengorbanan yang diberikan kepada peneliti menjadi amal yang diterima dan mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa Akhir kata, dengan segala keterbatasan, semoga makalah ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Surabaya, 03 Januari 2023
Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Febrian', written over a horizontal line.

Febrian Eka Manu Putra
1151800079

MOTTO

*Om Awichnam astu namo sidham.
Om sidhirastu tad astu swaha.*

Ya Tuhan, semoga atas perkenanMu, tiada suatu halangan bagi hamba memulai pekerjaan ini dan semoga berhasil baik.

DAFTAR ISI

.....	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA.....	ix
PENGANTAR.....	ix
MOTTO.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9

BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	15
2.2.1 Iklan.....	20
2.2.2 Endorser	23
2.2.3 Perilaku Konsumen	26
2.2.4 Minat	29
2.3 Kerangka Konseptual	31
2.4 Kerangka Pemikiran	31
2.5 Hipotesis	32
BAB III	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Pendekatan Penelitian	33
3.2 Jenis Penelitian	34
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	34
3.3.1 Subjek Penelitian.....	34
3.3.2 Objek Penelitian.....	36
3.4 Identifikasi Variabel	36
3.4.1 Variabel bebas (independen).....	36
3.4.2 Variabel terikat (dependen)	36
3.4.3 Operational Konsep	37
3.5 Metode Pengumpulan Data	43
3.6 Populasi dan Sampel	45
3.7 Teknik Analisa Data	47
3.8 Keabsahan Data	51

BAB IV	53
HASIL PENELITIAN.....	53
4.1 Gambaran Objek Penelitian	53
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	58
4.3 Analisis Data.....	65
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3.2 Uji Regresi Linier Berganda	69
4.4 Pembahasan	75
BAB V	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	79
Daftar Pustaka	81
LAMPIRAN	89
Kuesioner Penelitian	89
Ijin Penelitian	92
Data Responden	93
Data Jawaban Responden.....	94
Frekuensi Data Responden	97
Uji Validitas	98
Uji Validitas	102
Uji Validitas	104
Uji Realibilitas.....	105
Perintah Revisi Dosen Pembimbing 1.....	108
Perintah Revisi Penguji 1.....	109
Perintah Revisi Penguji 2.....	110
Similarity index (Turnitin).....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Negara dengan Pengguna E-Commerce Tertinggi 2021.....	1
Gambar 2.3.1 Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 3.5.1 Skala Penilaian	45
Gambar 4.1.1 Foto Song Joong Ki	57
Gambar 4.1.2 Song Joong Ki dalam Iklan Bukalapak.....	58
Gambar 4.1 Iklan Bukalapak 'Nego Cincai'	76
Gambar 4.2 Song Joong Ki dalam Iklan Bukalapak.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.1 Marketplace Terpopuler di Indonesia Q1 2022	3
Tabel 2.4.1 Instrumen Indikator Penelitian	43
Tabel 3.2.1 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden.....	59
Tabel 3.2.2 Klasifikasi Usia Reponden.....	59
Tabel 3.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Intesitas Transaksi Online	60
Tabel 3.2.4 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan (X1)	61
Tabel 3.2.5 Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser (X2)	63
Tabel 3.2.6 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Konsumen (Y)	64
Tabel 3.2.7 Hasil Uji Reabilitas.....	65
Tabel 4.1.1 Hasil Pengujian Normalitas Kolmogorov Smirnov	66
Tabel 4.1.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.1.3 Uji Heterpedastitas	68
Tabel 2.1 Hasil Analisis Linier Berganda	69
Tabel 2.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70
Tabel 2.3 Hasil Interval Koefisien Korelasi	70
Tabel 2.4 Hasil Uji T	72
Tabel 2.5 Tabel Anova.....	74

