

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR VANESHA
PRESCILLA TERHADAP MINAT BELI PRODUK
KECANTIKAN Y.O.U DI KALANGAN FOLLOWERS
INSTAGRAM Y.O.U KOSMETIK**

SKRIPSI

**Oleh:
Apriani Shazaty
201510415214**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Vanesha
Prescilla Terhadap Minat Beli Produk
Kecantikan Y.O.U Di Kalangan Followers
Instagram Y.O.U Kosmetik

Nama Mahasiswa : Apriani Shazaty

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415214

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 22 Juli 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si

NID. 041505028

Pembimbing II



Rina Sovianti, S.I.P., M.IKom

NID. 0041609009

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador Vanesha
Prescilla Terhadap Minat Beli Produk
Kecantikan Y.O.U Di Kalangan Followers
Instagram Y.O.U Kosmetik
Nama Mahasiswa : Apriani Shazaty
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415214
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian : 22 Juli 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020

MENGESAHKAN,


Ketua Tim Penguji : Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom
NID. 0041509033

Penguji I : Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds, M.SI
NID. 041505028

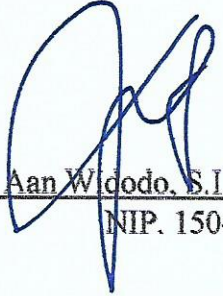
Penguji II : Azhar Irfansyah, S.IP., M.A
NID. 041712042

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1904409

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi


Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh *Brand Ambassador* Vanesha Prescilla Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Y.O.U Di Kalangan *Followers Instagram* Y.O.U Kosmetik. Ini adalah benar benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya memberikan izin kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dlama bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Yang Menyatakan,



Apriani Shazaty

201510415214

ABSTRAK

Apriani Shazaty. 201510415214. Penelitian ini dilakukan pada Pengaruh *Brand Ambassador* Vanesha Prescilla Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Y.O.U Di Kalangan *Followers Instagram* Y.O.U Kosmetik. Y.O.U Kosmetik menggunakan *brand ambassador Vanesha Prescilla* dalam memperkenalkan produknya. Pemilihan *brand ambassador* dilatar belakangi oleh kredibilitas positif yang dibawa oleh selebriti tersebut. *Brand ambassador* dipilih oleh perusahaan sebagai simbolisasi atau penanda untuk mewakili keinginan dan kebutuhan dari calon konsumen. Y.O.U Kosmetik memilih Vanesha Prescilla sebagai *brand ambassador* untuk produk mereka yang di harapkan mampu mewakili produk Y.O.U Kosmetik, sehingga pesan yang disampaikan dapat di mengerti oleh konsumen yang akhirnya akan menimbulkan minat beli. Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Y.O.U Di Kalangan *Followers Instagram* Y.O.U Kosmetik. Y.O.U Kosmetik. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian populasi, karena seluruh anggota populasi yang berjumlah 82 responden menjadi responden dalam penelitian ini. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang di sebarkan kepada seluruh responden yaitu, *Followers Instagram* Y.O.U Kosmetik. Y.O.U Kosmetik. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis deskriptif. Hasil penelinitian ini mengatakan bahwa terdapat pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli sebesar 0.579 yang berarti *brand ambassador* berpengaruh besar terhadap minat beli dan hasil koefisien determinasi yang disesuaikan (R Square) yaitu 0.335 yang artinya ada pengaruh brand ambassador terhadap minat beli adalah sebesar 33,5%, yang berpengaruh cukup besar.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, Minat Beli,

ABSTRACT

Apriani Shazaty. 201510415214. *This research was conducted on the Effect of Vanesha Prescilla's Brand Ambassador on Y.O.U's Interest in Buying Beauty Products among Y.O.U's Instagram Cosmetics Followers. Y.O.U Cosmetics uses brand ambassador Vanesha Prescilla in introducing its products. The selection of the brand ambassador is overwhelmed by the credibility of the positive brought by celebrities such. Brand ambassador selected by the company as a symbol or marker to represent the wishes and needs of potential consumers. Y. O. U Cosmetics choose Vanesha Prescilla as a brand ambassador for their products are expected to be able to represent the product Y. O. U Cosmetics, so that the message conveyed can be understood by the consumers which will eventually lead to buying interest. The objective of this research is to examine the influence of brand ambassadors on buying interest Beauty Products Y. O. U Among Followers Instagram Y. O. U Cosmetics. Y. O. U Cosmetics. The purpose of this research is to know the effect of brand ambassadors on Y.O.U's Beauty Products buying interest among Y.O.U's Instagram Cosmetics Followers. Y.O.U Cosmetics. The methodology used on this research is a quantitative research method. This study is the research population, because all members of a population of 82 respondents the respondents in this research. Data collection in this research was conducted through questionnaires distributed to all respondents, Followers Instagram Y. O. U Cosmetics. Y. O. U Cosmetics. Data analysis techniques using simple regression analysis and descriptive analysis The results of this study said that there was an influence of brand ambassadors on buying interest of 0.579, which means that brand ambassadors had a major influence on buying interest and the results of the corresponding coefficient of determination (R Square) was 0.335 which referred to brand ambassadors towards buying interest of 33.5%, which implement large enough.*

Keywords: *Brand Ambassador; Buying Interest.*

KATA PENGANTAR

Segala puji kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis. Sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador* Vanesha Prescilla Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Y.O.U Di Kalangan *Followers Instagram* Y.O.U Kosmetik” sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S-1) di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moril dan materil. Dengan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak membantu, membimbing, dan memberi masukan, khususnya kepada:

1. Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs.H. Bambang Karsono, S.H., M.M.
2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Dr. Aan Widodo S.I.Kom, M.I.Kom.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom
4. Dosen Pembimbing Akademik Dr. Aan Widodo S.I.Kom, M.I.Kom yang banyak memberikan saran dan dukungannya kepada penulis.
5. Dosen Pembimbing I, Ibu Asima Oktavia Sitanggang S.Ds, M.SI yang telah membimbing dan mendukung penulis selama melakukan penelitian.
6. Dosen Pembimbing II, Ibu Rina Sovianti, S.I.P, M.I.Kom yang telah membimbing dan mendukung penulis selama melakukan penelitian.
7. Kedua orang tercinta, Bapak U. Hasanuddin dan Ibu Solihati yang telah memberikan dukungan materil dan spiritual, serta melimpahkan kasih sayang yang tak terhingga kepada penulis untuk menyemangati penulis

hingga skripsi ini terselesaikan.

8. Kakak saya, Ayu Sharaswaty dan Adik saya Oktaviana Kiranty yang telah memberikan do'a, dukungan, dan semangat kepada penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
9. Winlly, Bella, Riffa, Ayu, Febby yang selalu memberikan semangat selalu dalam penelitian ini
10. Terima kasih Juga untuk komunitas tribun senja yang sudah menguatkan, kita akan berjuang bersama sampai akhir dari perkuliahan.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi siapapun yang membaca dan bagi pengembangan penelitian di bidang ilmu komunikasi.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Yang Menyatakan,



Apriani Shazaty

201510415214

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN BIMBINGAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTARCK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Identifikasi Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Teoritis	10
1.5.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kerangka Konsep	15
2.2.1 Brand Ambassador	15

2.2.2 Karakteristik Brand Ambassador	16
2.2.3 Kredibilitas.....	17
2.2.4 Minat Beli	18
2.2.5 Karakteristik Minat beli	19
2.2.6 Remaja	19
2.2.7 Media Sosial	20
2.2.8 Karakteristik Media Sosial.....	21
2.2.9 Instagram.....	21
2.3 Operasional Variabel	22
2.3.1 Definisi Operasional Variabel <i>Brand Ambassador</i>	22
2.3.2 Definisi Operasional Variabel Minat Beli	22
2.4 Kerangka Teoritis.....	25
2.4.1. Teori Kredibilitas Sumber.....	25
2.5 Kerangka Pemikiran.....	26
2.6 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODELOGI PENELITIAN	28
3.1 Metode Penelitian	28
3.2 Populasi dan Teknik Sampling	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Teknik Sampling	29
3.3 Matrix Variabel X(<i>Brand Ambassador</i>) dan Y(Minat Beli).....	30
3.4 Teknik Pengumpulan data.....	32
3.4.1 Kuesioner.....	32
3.4.2 Observasi	33
3.5 Skala Pengukuran.....	33
3.6 Teknik Pengujian Instrument.....	34
3.6.1 Uji Validitas.....	34
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	35

3.7 Analisis Regresi Sederhana	35
3.7.1. Koefisien Determinas	35
3.7.2. Perhitungan Persentase	36
3.7.3. Uji Persyaratan Pengolah Data	37
3.7.3.1. Uji Normalitas	37
3.7.3.2. Uji Lineritas	37
3.7.3.3. Uji Hipotesis	38
3.8 Lokasi dan Waktu	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Subjek Penelitian.....	39
4.1.1 Gambaran Perusahaan Y.O.U Kosmetik.....	39
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.1 Karakteristik Responden.....	40
4.2.1.1 Karakteristik Respon Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.3 Hasil Uji Validitas.....	41
4.3.1 Uji Validitas Instrument Brand Ambassador (X)	41
4.3.2 Uji Validitas Instrument Minat Beli (Y)	42
4.4 Hasil Uji Realibilitas	43
4.5 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian.....	43
4.5.1 Hasil Uji Frekuensi (X)	44
4.5.2 Hasil Uji Frekuensi (Y)	49
4.5.3 Hasil Uji Frekuensi (X Terhadap Y)	54
4.6 Uji Kolerasi	63
4.7 Uji Hasil Hipotesis	63
4.8 Pembahasan.....	66

BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	73
5.2.1 Saran Teoritis	73
5.2.2 Saran Praktis	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Biodata Mahasiswa
- Lampiran 2 Form Perbaikan
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Variabel *Brand Ambassador* (X)
- Lampiran 5 Uji Validitas *Brand Ambassador*(X)
- Lampiran 6 Frekuensi *Brand Ambassador* (X)
- Lampiran 7 Rekapitulasi Tanggapan Variabel *Brand ambassador* (X) di Nyatakan Valid
- Lampiran 8 Reliabilitas *Brand Ambassador* (X)
- Lampiran 9 Variabel Minat Beli (Y)
- Lampiran 10 Uji Validitas Minat Beli (Y)
- Lampiran 11 Frekuensi Minat Beli (Y)
- Lampiran 12 Rekapitulasi Tanggapan Variabel Minat Beli (Y) di Nyatakan Valid
- Lampiran 13 Reliabilitas Minat Beli (Y)
- Lampiran 14 Variabel *Brand Ambassador* (X) terhadap Minat Beli (Y)
- Lampiran 15 Uji Validitas *Brand Ambassador*(X) terhadap Minat Beli (Y)
- Lampiran 16 Frekuensi *Brand Ambassador* (X) terhadap Minat Beli (Y)
- Lampiran 17 Rekapitulasi Tanggapan Variabel *Brand ambassador* (X) terhadap Minat Beli (Y) di Nyatakan Valid
- Lampiran 18 Reliabilitas *Brand Ambassador* (X) terhadap Minat Beli (Y)
- Lampiran 19 Uji Kolerasi
- Lampiran 20 Uji Hipotesis Data
- Lampiran 21 Analisis Data Regresi Linier Sederhana
- Lampiran 22 Kartu Bimbingan

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran.....	26



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2.2 Operasional Variabel Berdasarkan Olah Penelitian.....	23
Tabel 3.1 Matrix Variabel X (<i>Brand Ambassador</i>)	30
Tabel 3.2 Matrix Variabel Y (Minat Beli)	31
Tabel. 3.3 Tabel Skala Likert.....	33
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	34
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2 Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Uji Validitas Instrument <i>Brand Ambassador</i> (X)	41
Tabel 4.4 Uji Validitas Instrument Minat Beli (Y)	42
Tabel 4.5 Uji Realibilitas	43
Tabel 4.6 Brand ambassador Vanesha Prescilla memiliki daya tarik dalam mempromosikan produk Y.O.U Kosmetik	44
Tabel 4.7 Vanesha Prescilla Memiliki Popularitas di film dilan, sehingga cocok sebagai brand ambassador produk Y.O.U Kosmetik”	44
Tabel 4.8 Saya percaya pada pendapat dari Vanesha Prescilla <i>sebagai brand ambassador</i> seputar kosmetik dan kecantikan”	45
Tabel 4.9 Saya percaya akan informasi mengenai produk Y.O.U Kosmetik yang disampaikan oleh Vanesha Prescilla”	46
Tabel 5.0 <i>Brand ambassador</i> Vanesha Prescilla mempunyai pengetahuan dalam produk kecantikan, sehingga mampu mempromosikan produk Y.O.U Kosmetik”	46
Tabel 5.1 Vanesha Prescilla memiliki pengetahuan yang baik terhadap produk kosmetik”	47

Tabel 5.2 Vanesha Prescilla membuat saya yakin dan percaya atas pesan yang disampaikan mengenai produk Y.O.U Kosmetik	48
Tabel 5.3 Rekapitulasi Tanggapan tentang variabel <i>Brand Ambassador (X)</i>	49
Tabel 5.4 Saya ingin mencoba membeli produk Y.O.U Kosmetik.....	49
Tabel 5.5 Saya memiliki minat beli produk Y.O.U Kosmetik karena dorongan kebutuhan dan keinginan berdasarkan pada kualitas produk dan harganya yang sesuai.....	50
Tabel 5.6 Saya akan merekomendasikan produk Y.O.U Kosmetik kepada kerabat saya pada saat berkumpul	50
Tabel 5.7 Y.O.U Kosmetik menjadi salah satu pilihan saya bermakeup untuk berpergian.	51
Tabel 5.8 Y.O.U Kosmetik adalah salah satu kosmetik yang di sarankan teman - teman	52
Tabel 5.9 Saya akan mencari informasi sebanyak mungkin sebelum membeli produk Y.O.U Kosmetik.....	52
Tabel 6.0 Saya ingin mencari tahu berbagai kelebihan dari produk Y.O.U Kosmetik yang sesuai dengan diri saya	53
Tabel 6.1 Rekapitulasi Tanggapan tentang variabel Minat Beli (Y)	54
Tabel 6.2 Vanesha Prescilla memiliki daya tarik sehingga saya memiliki minat beli dan mencoba produk Y.O.U Kosmetik	54
Tabel 6.3 Saya berminat membeli produk Y.O.U karena informasi yang diberikan Vanesha Prescilla sebagai <i>brand ambassador</i> Y.O.U dapat diandalkan untuk memenuhi kebutuhan Saya.....	55
Tabel 6.4 Saya merekomendasikan produk Y.O.U kepada teman saya karena daya tarik Vanesha Prescilla sebagai <i>brand ambassador</i> Y.O.U Kosmetik ..	56
Tabel 6.5 Daya tarik Vanesha Prescilla membuat saya mencari informasi produk Y.O.U	56

Tabel 6.6 Vanesha Prescilla membuat saya percaya dan memiliki minat beli atas pesan yang disampaikan mengenai produk Y.O.U Kosmetik.....	57
Tabel 6.7 Saya bersedia untuk memberikan testimonial produk Y.O.U karena <i>brand ambassador</i> Vanesha Prescilla	57
Tabel 6.8 Saya membeli produk Y.O.U karena personality dari <i>brand ambassador</i> Vanesha Prescilla yang mempromosikan”	58
Tabel 6.9 Saya tidak akan mempertimbangkan produk Y.O.U karena Vanesha Prescilla berkata jujur.....	59
Tabel 7.0 Vanesha Prescilla memiliki pengetahuan akan produk Y.O.U, sehingga saya memiliki minat beli dan mencoba produk Y.O.U	59
Tabel 7.1 Kemampuan Vanesha Prscilla dalam mempromosikan produk Y.O.U membuat saya mereferensikan produk Y.O.U kepada orang lain	60
Tabel 7.2 Kemampuan Vanesha Prscilla dalam mempromosikan produk Y.O.U untuk mengajak konsumen membeli produk Y.O.U	61
Tabel 7.3 Keahlian Vanesha Prescilla membuat saua ingin mencari informasi dan mempertimbangkan membeli produk tersebut.	61
Tabel 7.4 Rekapitulasi Tanggapan tentang pengaruh (X) Terhadap (Y).	62
Tabel 7.5 Uji Kolerasi	63
Tabel 7.6 Variabel Entered	64
Tabel 7.7 Koefisian Determinasi.....	64
Tabel 7.8 Tabel Anova	64
Tabel 7.9 Tabel Analisis Regresi Sederhana.....	65