

**PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSER* VIA
VALLEN DALAM TVC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE DI APLIKASI SHOPEE PADA MAHASISWA FISIP
UAJY**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom)

Disusun Oleh:

DIONISIUS REYNALDO FANDYANTO

13 09 04933

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSER* VIA
VALLEN DALAM TVC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE DI APLIKASI SHOPEE PADA MAHASISWA FISIP
UAJY**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom)

Disusun Oleh:

DIONISIUS REYNALDO FANDYANTO

13 09 04933

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSER* VIA VALLEN DALAM
TVC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* DI APLIKASI
SHOPEE PADA MAHASISWA FISIP UAJY**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

S.I.kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

DIONISIUS REYNALDO FANDYANTO

No. Mhs : 04933 / KOM

Disetujui oleh :



Alexander Beny Pramudyanto, M.Si

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH DAYA TARIK CELEBRITY ENDORSER VIA
VALLEN DALAM TVC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE DI APLIKASI SHOPEE PADA MAHASISWA FISIP UAJY

Penyusun : Dionisius Reynaldo Fandyanto

NPM : 130904933

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 18 Februari 2020

Pukul : 13.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 2 FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Yohanes Widodo, M.Sc.

Penguji Utama

Alexander Beny Pramudyanto, M.Si

Penguji 1

Yoseph Bambang Wiratmojo, M.A.

Penguji 2



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dionisius Reynaldo Fandyanto
NPM : 130904933
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Pengaruh Daya Tarik *Celebrity Endorser* Via Vallen dalam TVC terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Aplikasi Shopee pada Mahasiswa FISIP UAJY

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik institusi ini.

Yogyakarta, 12 Februari 2020

Saya yang menyatakan



Dionisius Reynaldo Fandyanto

PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSER* VIA VALLEN DALAM
TVC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* DI APLIKASI SHOPEE
PADA MAHASISWA FISIP UAJY

ABSTRAK

Penelitian ini ingin melihat bagaimana pengaruh Daya Tarik *Celebrity Endorser* Via Vallen terhadap Keputusan Pembelian *Online* melalui aplikasi Shopee. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari *endorser* terhadap keputusan pembelian yang akan diambil oleh konsumen. Variabel dari penelitian ini ada 2 yaitu Daya Tarik *Celebrity Endorser* (X) dan Keputusan Pembelian (Y). Daya Tarik dan Keputusan Pembelian merupakan teori utama dalam penelitian ini untuk menjelaskan bahwa Kedua teori ini relevan dengan hasil temuan yang mencari tahu apakah ada pengaruh selebriti terhadap keputusan pembelian konsumen melalui aplikasi Shopee.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif dan menggunakan 100 sampel dari mahasiswa FISIP UAJY dengan menggunakan metode pengambilan *sample* yaitu *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner dengan menggunakan *google form*. Sedangkan untuk metode pengukuran data menggunakan skala likert, dan untuk analisis data atau pengolahan data menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Hasil dari penelitian ini adalah ada pengaruh yang signifikan antara daya tarik selebriti (Via Vallen) terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi Shopee, dengan besarnya pengaruh sebesar 20,3 persen sisanya 79,7 persen yang dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Yang dimaksud faktor lain dalam penelitian ini dapat berasal dari aplikasi yang menarik, mudah digunakan, banyaknya promo dan lain-lain

Kata Kunci: Daya Tarik, *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian, TVC

HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini saya persembahkan untuk Universitas Atma Jaya Yogyakarta supaya kelak ada mahasiswa yang akan melanjutkan skripsi saya dan dan harapannya dapat menyempurnakan dari hasil kerja keras saya. Berkah

Dalem....

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah Bapa yang Maha Kuasa yang selalu menyertai dan membimbing penulis selama proses penyelesaian Tugas Akhir atau Skripsi ini dengan baik. Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. (S.I.kom).

Butuh waktu yang sekian lama bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Banyak sekali kesulitan-kesulitan dan hambatan terutama dalam hal pemahaman teori dan menentukan teori yang akan dipakai dalam skripsi ini dan juga proses pengumpulan materi serta penyuntingannya. Skripsi ini merupakan hasil kerja keras yang sangat membanggakan bagi penulis, dan perlu penulis syukuri, karena pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Namun demikian, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik.

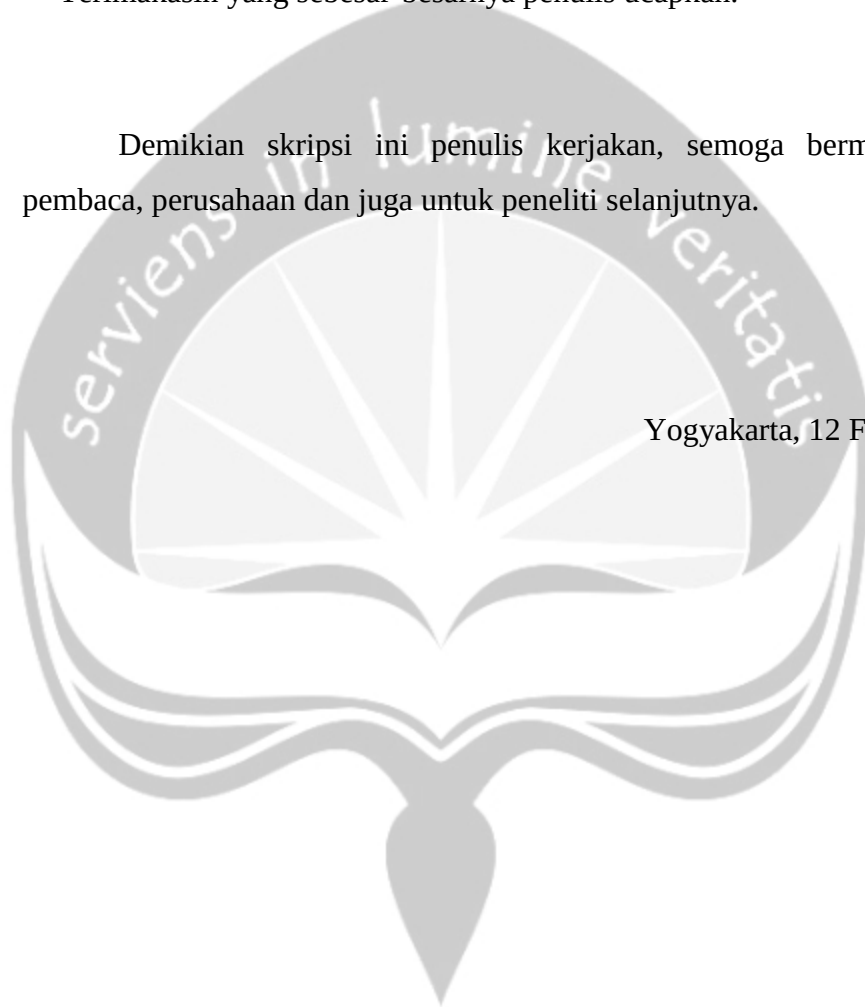
Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing selama proses pengerjaan skripsi ini, di antaranya adalah :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu membuka jalan dan memberi semangat ketika penulis sedang bermalas-malasan ketika ingin mengerjakan skripsi ini, tanpa penyertaanNya, semua ini tidak dapat berjalan dengan baik.
2. Pak Benny selaku dosen pembimbing saya yang rela meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis. Terimakasih bapak.
3. Kedua orang tua penulis, Papa dan Mama yang selalu memberikan semangat dengan penuh kasih sayang, sabar dan pantang menyerah untuk selalu mengingatkan untuk semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Judit dan echa yang selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan revisi dari dosen pembimbing, dan terimakasih sudah menemani proses pengerjaan skripsi ini.

5. Asa, Dirga, dan Panji yang sudah mau mendengarkan keluhan ketika sedang kesusahan selama proses pengerjaan skripsi dan juga menasehati penulis ketika sedang malas untuk mengerjakan skripsi, kalian luar biasa.
6. Untuk semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terimakasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan.

Demikian skripsi ini penulis kerjakan, semoga bermanfaat bagi pembaca, perusahaan dan juga untuk peneliti selanjutnya.

Yogyakarta, 12 Februari 2020



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
ABSTRAK.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Akademis	11
2. Manfaat Praktis	11
E. Kerangka Teori.....	11
1. Komunikasi Pemasaran.....	11
2. Periklanan	13
3. Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	13
4. Keputusan Pembelian.....	15
5. Penelitian Terdahulu.....	19
F. Kerangka Konsep.....	20
1. <i>Celebrity Endorser</i>	20
2. Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i>	21
3. Keputusan Pembelian.....	22
G. Hipotesis.....	31
H. Definisi Operasional.....	32

I. Metodologi Penelitian.....	35
1. Metode Penelitian	35
2. Jenis Penelitian.....	35
3. Populasi.....	36
4. Sampel.....	37
5. Teknik Pengumpulan Data.....	39
6. Metode Pengujian Instrumen	39
7. Teknik Analisis Data.....	41
BAB II.....	43
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	43
A. Sejarah FISIP UAJY.....	43
1. Visi dan Misi.....	44
2. Tujuan Pendidikan.....	45
B. Profil Shopee.....	46
1. Sejarah dan Perkembangan Shopee	46
2. Visi dan Misi.....	50
3. Kelebihan dan Keunggulan Shopee	50
C. Profil <i>Celebrity Endorser</i>	51
BAB III	57
ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Uji Instrumen dan Data Penelitian	57
1.1 Uji Validitas	57
1.2 Uji Reliabilitas	59
2. Distribusi Frekuensi	60
3. Hasil Regresi Linier Sederhana.....	69
4. Analisis	72
BAB IV	76
PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Kelemahan Penelitian.....	77
C. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	86
Kuesioner	86
Google Form	89
Tabel Distribusi Frekuensi.....	97
UJI VALIDITAS	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1Peringkat Toko Online di Indonesia	8
Tabel 1.2Jumlah Mahasiswa FISIP UAJY.....	37
Tabel 2.1Jumlah Mahasiswa FISIP UAJY.....	45
Tabel 3.1Tabel Hasil Uji Validitas	58
Tabel 3.2Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 3.3 Distribusi Frekuensi Variabel Daya Tarik	60
Tabel 3.4Distribusi Frekuensi Variabel Daya Tarik Responden	61
Tabel 3.5 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	66
Tabel 3.6 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 3.7 Summary Daya Tarik Selebriti	70
Tabel 3.8 Koefisien Daya Tarik Selebriti	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1Belanja Iklan Televisi di Indonesia.....	6
Gambar 1.2Hubungan antar variabel.....	31
Gambar 2.1Logo Shopee	46
Gambar 2.2Tampilan Shopee di AppStore	48
Gambar 2.3Halaman Awal Aplikasi Shopee	49
Gambar 2.4Iklan Via Vallen Shopee 11.11	51

Gambar 2.5Shopee 11.11.....	54
Gambar 2.6Potongan iklan Shopee 11.11.....	55
Gambar 2.7Potongan iklan Shopee 11.11.....	56
Gambar 2.8Potongan iklan Shopee 11.11.....	56

