

**PENGARUH DAYA TARIK BRAND AMBASSADOR @CLARISSAPUTRI
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI BRAND YELLOW FIT
KITCHEN**



SKRIPSI

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

Oleh:

EVI PUTRI

180906525

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

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH BRAND AMBASSADOR DI MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM
@CLARISSAPUTRI DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI BRAND YELLOW FIT
KITCHEN

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

EVI PUTRI

180906525

disetujui oleh :



Birgitta Bestari Puspita J., S.Sos., MA.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* di Media Sosial Akun Instagram
@clarissaputri dalam meningkatkan Minat Beli Brand Yellow Fit
Kitchen

Penyusun : Evi Putri
NPM : 180906525

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada
Hari / Tanggal : Kamis, 15 Desember 2022
Pukul : 10.00 WIB
Tempat : Ruang Pendadaran 3, FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Josep J. Darmawan, M.A.

Penguji Utama

Birgitta Bestari Puspita J., S.Sos., MA.

Penguji I

Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom.

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Evi Putri
NPM : 180906525
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : PENGARUH BRAND AMBASSADOR DI MEDIA SOSIAL
AKUN INSTAGRAM @CLARISSAPUTRI DALAM
MENINGKATKAN MINAT BELI BRAND YELLOW FIT
KITCHEN

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 di institusi ini.

Yogyakarta,
Saya yang menyatakan


Evi Putri

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Tuhan Yang Maha Esa yang selalu menyertai dan memberikan saya kekuatan
dalam setiap perjalanan skripsi ini

Teruntuk papa dan mama tercinta atas pengorbanannya, doa, dukungan dan
motivasi dari awal hingga penyelesaian skripsi ini.

Serta untuk pacar, saudara, dan teman-teman yang selalu menyediakan waktu
untuk mendengarkan keluh kesah saya dan selalu memberikan semangat untuk
terus berjuang.

Terima kasih, semoga Tuhan selalu menyertai setiap langkah dalam hidup kita
semua.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador* di Media Sosial Akun Instagram @Clarissaputri dalam meningkatkan Minat Beli Brand Yellow Fit Kitchen”.

Penelitian skripsi ini penulis tuju sebagai syarat kelengkapan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pada pengerjaan skripsi ini peneliti sudah berusaha keras dan bersabar dalam penyelesaian pengerjaan skripsi. Namun, peneliti juga menyadari dalam menyusun skripsi ini mendapat banyak dukungan, bimbingan dan motivasi yang diberikan dari berbagai pihak dalam proses pembuatan proposal, penelitian, hingga pengerjaan skripsi ini. Dengan ketulusan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan berkat yang melimpah dan kesehatan jasmani dan rohani serta kekuatan kepada kekuatan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Keluarga kecil saya, ama, papa, mama, cece (Devi), dan Koko (Alvin) yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan perhatian sehingga saya lebih semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Birgitta Bestari J., S.Sos., MA. Selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar memberikan ilmu, waktu, tenaga, motivasi, nasihat, arahan

dari awal pengerjaan proposal hingga terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih atas segala saran dan motivasi yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

4. Dosen serta *staff* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan arahan selama kuliah.
5. Teman-teman dari semester satu hingga saat ini, Grace Evanda, Giovannie Zelin, dan Agustina Fanesa, yang selalu menjadi teman berdiskusi dan berkeluh kesah dalam setiap perjuangan dan proses pengerjaan skripsi ini.
6. Teman-teman terdekat saya yaitu Pricillia Theodora, Brighita Virginia, Sherleen Enggrasia, Edward Susanto, Hanxell Wijaya, Arya Raditya, Kevin PC, Kevin Wong, Jose Hansen, Nicolas Vedrin, Wahyu Pratama, Willy Fernando, dan Vincent yang selalu memberikan doa, dukungan, menyemangati dan menjadi tempat hiburan dalam keadaan apapun.
7. Grup Bukit Bintang (Michael Wirawan, Mikha Azarya, Brandon, Louis, William Muwira, Steven, Rufus Christian, Gio, Nesa, dan Grace) yang selalu menjadi penghibur disaat rasa bosan dan jenuh hadir pada saat pengerjaan skripsi.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, doa, dan semangat baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner penelitian ini.

10. Kepada diri saya sendiri yang telah percaya diri dan berjuang dalam pengerjaan tugas akhir ini, untuk kerja keras, tidak menyerah, dan mampu bertahan hingga selesai.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan dan kelemahan ilmu yang saya miliki. Oleh karena itu, peneliti dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan yang akan datang. Demikian yang dapat peneliti sampaikan, terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung penelitian ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang bersangkutan sehingga dapat dijadikan referensi untuk pengembangan yang lebih baik lagi.

Pontianak, 1 Desember 2022



Evi putri

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR DI MEDIA SOSIAL AKUN
INSTAGRAM @CLARISSAPUTRI DALAM MENINGKATKAN MINAT
BELI BRAND YELLOW FIT KITCHEN**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador @clarissaputri* pada akun pribadinya terhadap *Minat Beli brand Yellow Fit Kitchen*. *Brand ambassador* adalah individu yang membawa sebuah merek dalam dirinya untuk mempersuasi masyarakat karena adanya produk yang hadir di pasaran dengan bentuk informasi positif dari produk tersebut (Andrews & Shimp, 2018). Berdasarkan dari pengertian tersebut, *brand ambassador* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Clarissa Putri diharapkan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk dari Yellow Fit Kitchen dengan karakteristik yang dibawa Clarissa Putri apakah dapat sesuai dengan *brand Yellow Fit Kitchen*. Semakin tinggi pernyataan dari responden setuju bahwa Clarissa Putri sesuai atau cocok menjadi *brand ambassador* Yellow Fit Kitchen akan semakin tinggi pula responden berminat untuk membeli produk Yellow Fit Kitchen karena dari penyampaian pesan atau informasi Clarissa Putri sesuai dengan harapan responden.

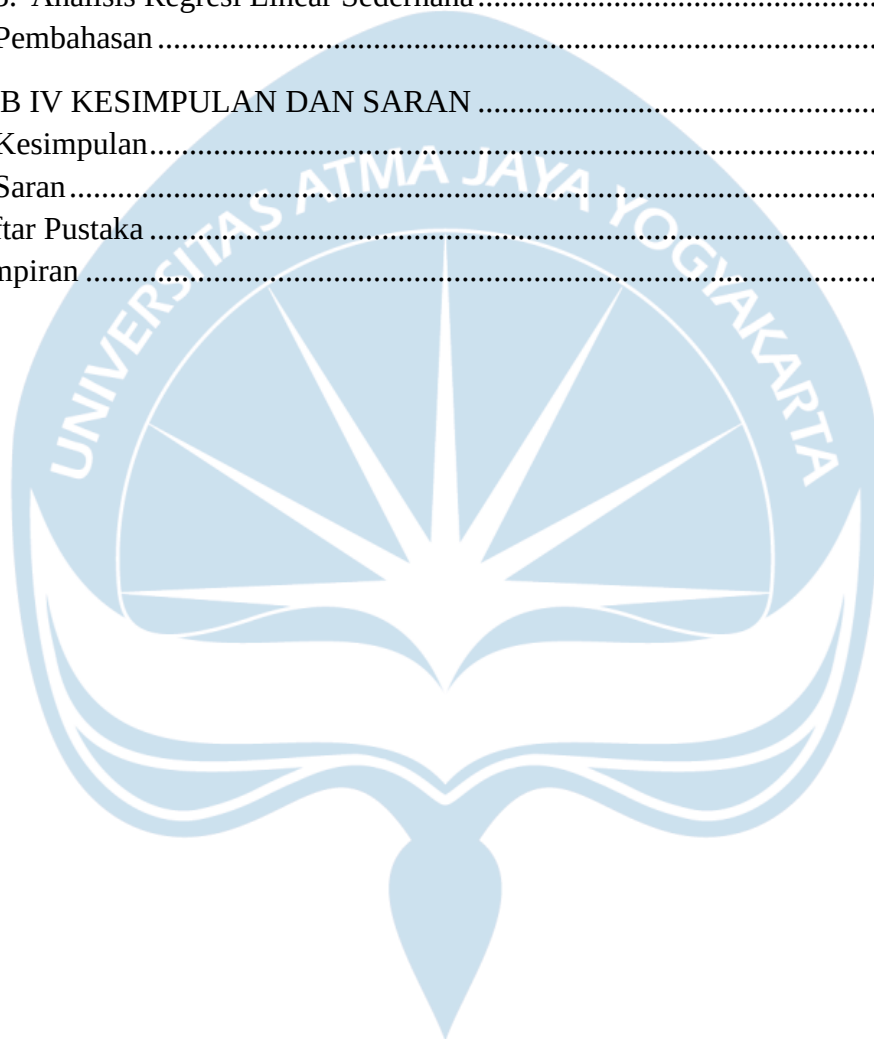
Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif eksplanatif dengan teknik pengumpulan data metode survei dengan penyebaran kuesioner secara online kepada 437 responden yang merupakan *followers* akun Instagram @clarissaputri. Hasil yang didapatkan dalam penelitian adalah *brand ambassador* sebesar 35,2% akan mempengaruhi minat beli produk Yellow Fit Kitchen berdasarkan dari konten yang disajikan oleh Clarissa Putri dan 64,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar model atau kerangka dalam penelitian ini. *Brand ambassador @clarissaputri* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Yellow Fit Kitchen.

Kata kunci: *brand ambassador*, media sosial, minat beli

DAFTAR ISI

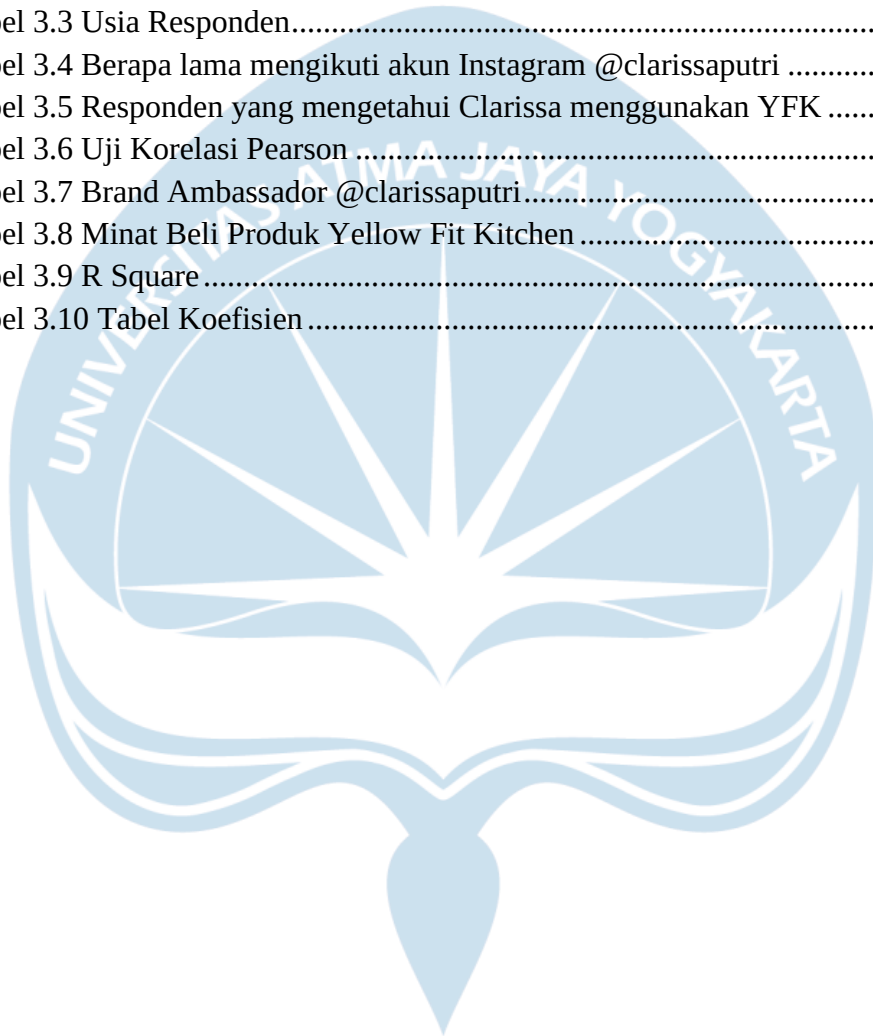
Judul Penelitian	i
Lembar Pernyataan Keaslian Skripsi	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Abstrak	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori.....	9
1. Komunikasi Pemasaran	9
2. <i>Brand Ambassador</i>	10
3. Minat Beli.....	13
4. Hubungan Antar Variabel	15
5. Kerangka Berpikir	18
F. Kerangka Konsep	17
G. Definisi Operasional Variabel	18
H. Hipotesis	20
I. Metodologi Penelitian	20
1. Jenis Penelitian dan Metode Penelitian	20
2. Lokasi Penelitian	21
3. Populasi	22
4. Sampel dan Teknik Sampling	22
5. Skala Pengukuran	23
6. Teknik Analisa Data	25
BAB II DESKRIPSI SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN	28
A. Clarissa Putri	28
B. Yellow Fit Kitchen	31
BAB III TEMUAN DAN ANALISIS DATA	37
A. Analisis Deskriptif.....	37
1. Karakteristik Responden.....	37
a. Jenis Kelamin.....	37

b. Pendidikan Responden.....	38
c. Usia Responden	39
d. Berapa lama mengikuti akun Instagram @clarissaputri	39
e. Responden yang mengetahui Clarissa menggunakan YFK.....	40
B. Analisis Kuantitatif.....	41
1. Uji Korelasi Pearson	43
2. Deskripsi Variabel Penelitian	44
3. Analisis Regresi Linear Sederhana	49
C. Pembahasan	51
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	59
Daftar Pustaka	61
Lampiran	62



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Definisi Operasional.....	18
Tabel 1.2 Uji Validitas Responden	25
Tabel 1.3 Uji Reliabilitas Responden.....	27
Tabel 1.2 Interpretasi Nilai Korelasi Pearson	28
Tabel 3.1 Jenis Kelamin	37
Tabel 3.2 Pendidikan Responden	38
Tabel 3.3 Usia Responden.....	39
Tabel 3.4 Berapa lama mengikuti akun Instagram @clarissaputri	39
Tabel 3.5 Responden yang mengetahui Clarissa menggunakan YFK	40
Tabel 3.6 Uji Korelasi Pearson	43
Tabel 3.7 Brand Ambassador @clarissaputri.....	44
Tabel 3.8 Minat Beli Produk Yellow Fit Kitchen	46
Tabel 3.9 R Square	49
Tabel 3.10 Tabel Koefisien	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna aktif media sosial di Indonesia Januari 2021.....	1
Gambar 1.2 Data peningkatan makanan sehat menurut survey Grab	3
Gambar 1.3 Pergeseran Pola Makan Masyarakat saat Pandemi Covid-19	4
Gambar 1.4 Peringkat Unduhan Terbanyak di Indonesia tahun 2021	5
Gambar 2.1 Clarissa Putri melakukan <i>endorse</i> produk kecantikan	29
Gambar 2.2 Perjalanan program diet Clarissa Putri	30
Gambar 2.3 Berita Clarissa Putri turun berat badan hingga 40 kilogram	31
Gambar 2.4 Clarissa Putri sebagai Brand Ambassador YFK.....	32
Gambar 2.5 Website Yellow Fit Kitchen	33
Gambar 2.6 Unggahan <i>customer</i> yang menggunakan produk YFK	34

