

SKRIPSI

Pengaruh *Brand Ambassador* Tatjana Saphira Terhadap Keputusan

Pembelian *Ellips Hair Vitamin* di Kota Banjarmasin

(Studi Pada Iklan *Ellips Hair Vitamin*)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada

Program Studi Ilmu Komunikasi

Yurriva Kania Putri

19104143200020



Program Studi Ilmu Komunikasi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

BANJARMASIN

2023



KEMENTERIAN PENDIDIKAN,
KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Brigjend H.Hasan Basry Kayu Tangi Telp. (0511) 3304595 Banjarmasin (70123)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TATJANA SAPHIRA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *ELLIPS HAIR VITAMIN* DI KOTA BANJARMASIN (STUDI PADA
IKLAN ELLIPS HAIR VITAMIN)

A. Nama Mahasiswa : Yurriva Kania Putri


NIM : 1910414320020

B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai A (80,47) dalam ujian mempertahankan skripsi
Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 12 April 2023.

C. Tim Penguji:

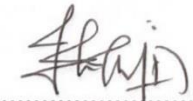
a. Ketua

Sarwani, S.Sos.,M.Med.Kom
NIP. 197805212008121002


(.....)

b. Sekretaris

Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si
NIP. 198208212006042002


(.....)

c. Anggota

Noviana Sari, S.IP., MA
NIP. 198511072015042001


(.....)


Banjarmasin, 15 Mei 2023
Ketua Pembimbing



Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 197805212008121002



Mengetahui
Dekan FISIP ULM


Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yurriva Kania Putri

NIM : 1910414320020

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)

Program Studi : Ilmu Komunikasi

No Hp : 087815559432

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Ambassador* Tatjana Saphira Terhadap Keputusan Pembelian *Ellips Hair Vitamin* di Kota Banjarmasin (Studi Pada Iklan *Ellips Hair Vitamin*)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah benar hasil karya asli saya sendiri dan bukan merupakan plagiarisme atau pencurian pikiran ataupun tulisan milik orang lain.

Bila dikemudian hari ditemukannya penyimpangan ataupun ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya siap menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat secara sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Banjarmasin, 14 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,

Yurriva Kania Putri

ABSTRAK

Yurriva Kania Putri, 1910414320020, 2023, Pengaruh *Brand Ambassador* Tatjana Saphira Terhadap Keputusan Pembelian *Ellips Hair Vitamin* di Kota Banjarmasin (Studi Pada Iklan *Ellips Hair Vitamin*). Dibimbing oleh Sarwani.

Ellips Hair Vitamin adalah merek produk perawatan rambut yang terkenal di Indonesia. Produk ini pertama kali diluncurkan pada tahun 1997 oleh PT. Kino Indonesia Tbk, perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik dan produk kecantikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan peran *brand ambassador* Tatjana Saphira dalam keputusan pembelian *Ellips Hair Vitamin*. Variabel yang digunakan pada penelitian ini keputusan pembelian sebagai variabel dependen dan *brand ambassador* sebagai variabel independent.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan tipe deskriptif. Populasi dalam penelitian adalah perempuan di kota Banjarmasin yang berusia 17 – 30 Tahun dengan jumlah populasi sebanyak 102.460 dengan sampel yang diambil sebanyak 398 responden, teknik pengumpulan sampel menggunakan *simple random sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui googleform, sedangkan analisis data menggunakan uji alat analisis Uji F dan Koefisien Determinasi dengan bantuan program SPSS 27.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai F tabel sebesar 3,859 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga menunjukkan H_0 diterima yaitu *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,319 yang menunjukkan bahwa *Brand Ambassado* mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 31,9%. Dengan demikian, *Brand Ambassador* telah dinilai baik oleh konsumen, sehingga menimbulkan keputusan pembelian pada *Ellips Hair Vitamin* di Banjarmasin.

Kata Kunci: *Brand ambassador*, Keputusan Pembelian, Tatjana Saphira.

ABSTRACT

Yurriva Kania Putri, 1910414320020, 2023, The Effect of Brand Ambassador Tatjana Saphira on Purchasing Decisions of Ellips Hair Vitamins in Banjarmasin City (Study on Ellips Hair Vitamin Ads) Supervised by Sarwani.

Ellips Hair Vitamin is a well-known brand of hair care products in Indonesia. This product was first launched in 1997 by PT. Kino Indonesia Tbk, a company engaged in the field of cosmetics and beauty products. The purpose of this study was to find out the role of brand ambassador Tatjana Saphira in purchasing decisions for Ellips Hair Vitamins. The variables used in this research are purchasing decisions as the dependent variable and brand ambassadors as the independent variable.

The research method used in this research is a quantitative approach with a descriptive type. The population in this study were women in the city of Banjarmasin, aged 17–30, with a total population of 102,460 and a sample of 398 respondents. The sample collection technique used simple random sampling. Data collection used a questionnaire via Google Forms, while data analysis used the F test and the Coefficient of Determination analysis tool with the help of the SPSS 27 program.

Based on the results of hypothesis testing, the F table value is 3.859 with a significance value of 0.000. This indicating that H_a is accepted, namely that brand ambassadors have a positive and significant effect on purchasing decisions. The coefficient of determination is 0.319, which indicates that the Ambassador brand influences the purchase decision by 31.9%. Thus, the brand ambassador has been well-judged by consumers, resulting in a buying decision at Ellips Hair Vitamins in Banjarmasin.

Keyword: Brand ambassador, Purchase Decision, Tatjana Saphira

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “**Pengaruh *Brand Ambassador* Tatjana Saphira Terhadap Keputusan Pembelian *Ellips Hair Vitamin* di Kota Banjarmasin (Studi Pada Iklan *Ellips Hair Vitamin*)**” guna untuk memenuhi sebagian syarat penelitian untuk memperoleh gelar sarjana di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan, sehingga penulis berharap penelitian ini dapat terus disempurnakan pada penelitian-penelitian selanjutnya.

Penulisan proposal skripsi ini dapat selesai dengan baik berkat bantuan berbagai pihak. Untuk itu, Penulis mengucapkan terima kasih terhadap pihak-pihak yang telah membantu memberi masukan, data, sumber informasi, serta bantuan dalam menyelesaikan tugas akhir :

1. Prof. Dr. Ahmad, S.E, M.SI., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan izin hingga sampai selesainya skripsi ini.

3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, M.SI selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta menjadi dosen Penguji saya yang sudah banyak memberikan masukan.
4. Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh S. Pd, MA selaku dosen penasehat akademik yang telah berjasa memberikan nasehat dan bimbingan selama perkuliahan dimulai sampai sekarang.
5. Bapak Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bimbingan, motivasi dan bersedia meluangkan waktu untuk mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Noviana Sari, S.IP.,M.A selaku dosen Penguji yang sudah banyak memberikan masukan
7. Segenap dosen program studi Ilmu Komunikasi yang mana telah membagikan ilmunya selama ini kepada penulis.
8. Kedua Orang Tua Saya, Mamah dan Papah yang senantiasa selalu memanjatkan doa tulus demi kelancaran segala hal yang penulis lakukan, serta ikhlas membantu dalam dukungan moral maupun moril.
9. Muhammad Taufik Hidayat yang turut membantu dan selalu mendukung saya dalam proses penulisan skripsi.
10. Terima kasih untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
11. Terima kasih juga untuk diri saya sendiri yang mampu berjuang dan bertahan hingga akhir dalam penulisan skripsi.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan yang berlipat ganda dari segala kebaikan yang telah kalian lakukan. Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan, namun penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Banjarmasin, 1 Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Sejenis.....	13
2.2 Tinjauan Konseptual.....	20
2.2.1 Komunikasi	20
2.2.1.1 Komunikasi Masa	22
2.2.1.2 Ciri-Ciri Komunikasi Massa.....	23

2.2.1.3	Fungsi Komunikasi Massa.....	26
2.2.1.4	Proses Komunikasi Massa	27
2.2.2	Definisi Iklan.....	28
2.2.2.1	Tujuan dan Fungsi Iklan	29
2.2.2.2	Jenis-Jenis Iklan.....	31
2.2.3	Brand Ambassador	33
2.2.3.1	Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	33
2.2.3.2	Karakteristik <i>Brand Ambassador</i>	34
2.2.3.3	Fungsi dan Manfaat Penggunaan Selebriti (<i>Brand Ambassador</i>)	34
2.2.3.4	Indikator <i>Brand Ambassador</i>	35
2.2.4	Keputusan Pembelian.....	36
2.2.4.1	Proses Keputusan Pembelian.....	38
2.2.4.2	Indikator Keputusan Pembelian.....	40
2.3	Tinjauan Teoritis	42
2.3.1	Elaboration Likelihood Model Theory (Applied Theory)	42
2.3.2	Teori Behaviorisme (Grand Theory).....	44
2.3.3	Teori S-O-R (Middle Theory).....	45
2.4	Kerangka Pikiran	48
2.5	Hipotesis Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN		50
3.1	Pendekatan Penelitian.....	50
3.2	Tipe Penelitian.....	50
3.3	Objek Penelitian	51
3.4	Populasi dan Sampel	51

3.4.1	Populasi.....	51
3.4.2	Sampel.....	53
3.5	Jenis dan Sumber Data	55
3.5.1	Jenis Data Penelitian	55
3.5.2	Sumber Data Penelitian.....	55
3.6	Teknik Pengumpulan Data	56
3.7	Teknik Penentuan Skor.....	57
3.8	Definisi Operasional.....	59
3.8.1	Variabel Independen	59
3.8.2	Variabel Dependen.....	61
3.9	Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.9.1	Uji Validitas	62
3.9.2	Uji Reliabilitas	65
3.10	Teknik Analisis Data	66
3.10.1	Uji Asumsi Klasik.....	67
3.10.1.1	Uji Normalitas	67
3.10.1.2	Uji Linearitas	68
3.10.1.3	Uji Heteroskedastisitas	68
3.10.1.4	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	68
3.10.2	Uji Hipotesis	69
3.10.2.1	Uji F (Uji Simultan).....	69
3.10.2.2	Uji Koefisien Determinasi (R²).....	70
3.11	Waktu dan Lokasi Penelitian	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		72
4.1	Gambaran Umum	72

4.1.1	Profile PT. Kino Indonesia Tbk.....	72
4.1.2	Nilai-Nilai PT. Kino Indonesia Tbk.....	75
4.1.3	Struktur Organisasi PT. Kino Indonesia Tbk.....	77
4.1.4	Produk-Produk PT. Kino Indonesia Tbk.....	77
4.1.5	Sejarah Ellips <i>Hair Vitamin</i>	79
4.2	Hasil Penelitian.....	80
4.2.1	Karakteristik Responden	80
4.2.1.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	80
4.2.1.2	Karakteristik Usia Responden	81
4.2.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi.....	82
4.3	Analisis Deskripsi Jawaban Responden	82
4.3.1	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X).....	83
4.3.2	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	95
4.4	Uji Asumsi Klasik	103
4.4.1	Uji Normalitas Data	103
4.4.2	Uji Linearitas.....	104
4.4.3	Uji Heterokedasitas	105
4.4.4	Uji Regresi Linier Sederhana	105
4.5	Uji Hipotesis.....	107
4.5.1	Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)	107
4.5.2	Uji Koefisien Determinan (R²)	108
4.6	Pembahasan	109
4.6.1	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Tatjana Saphira Dalam Iklan Ellips <i>Hair Vitamin</i> Terhadap Keputusan Pembelian	110
4.6.2	<i>Ellaboration Likelihood Theory (Applied Theory)</i>	113

4.6.3	Teori Behaviorisme (<i>Grand Theory</i>)	115
4.6.4	Teori S-O-R (<i>Middle Theory</i>)	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		118
5.1	Kesimpulan.....	118
5.2	Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA		121
LAMPIRAN.....		127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Hair Vitamin Di Indonesia	7
Gambar 1.2 <i>Screenshot</i> Iklan Ellips	10
Gambar 2.1 Tahapan dalam Proses Pengambilan Keputusan oleh Konsumen	38
Gambar 2.2 Model <i>Elaboration Likelihood</i>	43
Gambar 2.3 Kerangka Pikiran	48
Gambar 3.1 Jumlah Penduduk dan Rasio Jenis Kelamin Menurut Kelompok Umur	52
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Kino Indonesia Tbk	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian sejenis.....	20
Tabel 3.1 Skala Likert	58
Tabel 3.2 Penilaian Skala Likert	58
Tabel 3.3 Blue Print Variabel Brand Ambassador (X)	60
Tabel 3.4 Blue Print Variabel Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Jumlah Responden .	81
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi.....	82
Tabel 4.3 Kategori Mean dari Skor Interval.....	83
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Ambassador (X) Berdasarkan Transference	83
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Ambassador (X) Berdasarkan Configurance	86
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Ambassador (X) Berdasarkan Kredibilitas	88
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Ambassador (X) Berdasarkan Daya Tarik.....	91
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Ambassador (X) Berdasarkan Kekuatan.....	92
Tabel 4.9 Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Variabel Brand Ambassador ..	94
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) Berdasarkan Prioritas Pembelian	95
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) Berdasarkan Kemudahan Mendapat / Memperoleh	97
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) Berdasarkan Pertimbangan Manfaat	99
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) Berdasarkan Keyakinan.....	101

Tabel 4.14 Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	102
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	103
Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas	104
Tabel 4.17 Uji Heterokedasitas	105
Tabel 4.18 Analisis Regresi Linier Sederhana	106
Tabel 4.19 Uji Signifikasi Secara Simultan (Uji F)	107
Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinan (R^2)	108

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	128
LAMPIRAN 2 SCREENING RESPONDEN	134
LAMPIRAN 3 TABULASI KUESIONER PENELITIAN	151
LAMPIRAN 4 OUTPUT SPSS	172
LAMPIRAN 5 BARCODE KUESIONER.....	180
LAMPIRAN 6 DOKUMENTASI.....	180