

SKRIPSI

Hubungan Endorser Terhadap Daya Beli Konsumen Greenlight di 3Second Cloth Solo Grand Mall

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh :

FENSA NOVIARTA
NIM 2012072004

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS BISNIS DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA

2017

LEMBAR PERSETUJUAN

HUBUNGAN ENDORSER TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN DAN PENJUALAN
PRODUK GREENLIGHT DI 3SECOND CLOTH SOLO GRANDMALL

Disusun Oleh :

Fensa Noviarta

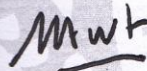
2012072004

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan

Dihadapan Dewan Penguji

Pada tanggal 10 Agustus 2017

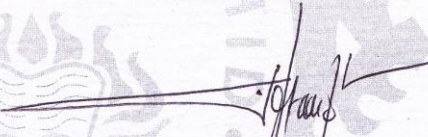
PEMBIMBING 1



Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum

NIDN. 0628108301

PEMBIMBING 2



Drs. Mustafan, M.Ag

NIDN. 0627016601

Mengetahui
Ketua Program Studi,



Rosanah, S.S., M.IKom

NIDN. 0610048106

LEMBAR PENGESAHAN

**Hubungan Endorser Terhadap Daya Beli Konsumen Greenlight di
3Second Cloth Solo Grand Mall**

Disusun Oleh :

Fensa Noviarta

NIM 2012072004

Skripsi ini telah diterima dan disahkan
oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta

Pada hari Kamis tanggal 10 Agustus 2017

Dewan Penguji:

1. Nama Penguji : Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0616068502




Mengetahui,

Kaprodi
Ilmu Komunikasi



Rosanah, S.S., M.I.Kom
NIDN. 0610048106

Dekan
Fakultas Bisnis dan Komunikasi



Destina Paningrum, SE., MM
NIK 1033138

SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Bisnis dan Komunikasi Universitas Sahid Surakarta yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Fensa Noviarta

NIM : 2012072004

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir / Skripsi

JUDUL : Hubungan Endorser Terhadap Daya Beli Konsumen
Greenlight di 3Second Cloth Solo Grand Mall

adalah benar-benar karya yang saya susun sendiri. Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan/ karya orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas termasuk pencabutan gelar yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terbukti melakukan kebohongan maka saya sanggup menanggung segala konsekuensinya.

Surakarta, 17 Mei 2017

Yang Menyatakan



(Fensa Noviarta)

NIM : 2012072004

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

Sebagai Sivitas Akademik Universitas Sahid Surakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : Fensa Noviarta

NIM : 2012072004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Bisnis dan Komunikasi Universitas Sahid Surakarta

Jenis Karya : ~~Tugas Akhir-Skripsi-Laporan Penelitian*~~

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas ~~Tugas Akhir/Skripsi/Laporan Penelitian*~~ saya yang berjudul : Hubungan Endorser Terhadap Daya Beli Konsumen Greenlight di 3Second Cloth Solo Grand Mall.

Beserta instrument/desain/perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (*autor*) dan Pembimbing sebagai *co autor* atau pencipta dan juga sebagai pemilik Hak Cipta.

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

Dibuat di: Surakarta

Pada Tanggal : 17 Mei 2017

Yang membuat pernyataan,



Fensa Noviarta)

NIM : 2012072004

MOTTO

Dan persembahkanlah yang terindah bagi sahabatmu. Jika dia harus tahu musim surutmu, biarlah dia mengenali pula musim pasangmu. (Kahlil Gibran - Persahabatan)

Gerimis mempercepat kelam. Ada juga kelepak elang menyinggung muram, desir hari lari berenang menemu bujuk pangkal akanan. Tidak bergerak dan kini tanah air tidur hilang ombak. (Chairil Anwar – Senja Di Pelabuhan Kecil)

Saya hanya akan bercerita kepada Tuhan, bersuara kepada yang berhak, berkata kepada diri sendiri. Lalu diam kepada yang lainnya. Lalu biarkan seleksi Tuhan bekerja pada hati setiap orang. (Ariel NOAH – Kisah Lainnya)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah, atas rahmat yang Allah berikan kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang-orang yang ku sayang:

1. Almarhum bapak Afandi yang tak pernah memaksaku menjadi orang lain, yang membebaskanku memilih jalan ku sendiri.
2. Almarhumah bunda Rosana yang ingin aku sekolah setinggi tinggi nya, mencari ilmu seluas luasnya.
3. Keluarga besar Hadi Surono yang selalu memperhatikan dan menyayangi ku, berusaha meniru perhatian orang tua ku agar aku tetap tersenyum setiap hari.
4. Keluarga besar Tranggono yang selalu memfasilitasi segala kebutuhanku, sehingga aku bisa memiliki dan menjalani apa yang menjadi kegemaranku hingga saat ini.
5. Beberapa pimpinan station dan teman-teman satu label tempat ku berkarya yang selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan karya ini.
6. Sahabat-sahabat terbaikku yang membuatku tersadar, meninggalkan skripsi karena kesibukan karir bukan hal yang patut untuk diteruskan.
7. Teman-teman bercengkerama yang selalu menemani ku menghabiskan detik untuk makan, tertawa, ngopi, menangis dan menepuk pundak disaat semangat ini pudar.
8. Teman-teman kampus Sahid tercinta yang selalu menunggu ku di kampus, menanyakan kabar skripsi ku, memberi tamparan untuk segera menyelesaikan pendidikan ini.
9. Ariel NOAH sang idola yang menjadi inspirasi bahkan untukku membuat karya ini.
10. Serta semua orang yang selalu mendoakan untuk kesuksesan ku, terima kasih

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang diberi judul *“Hubungan Endorser Terhadap Daya Beli Konsumen Greenlight di 3Second Cloth Solo Grand Mall”* ini dengan lancar. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) pada jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Trisno Martono, MM selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Bapak Dr. Ir. Mohamad Harisudin, M. Si selaku Wakil Rektor I Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Sri Huning Anwariningsih, ST, M.Kom selaku Wakil Rektor II Universitas Sahid Surakarta.
4. Bapak Ir. Dahlan Susilo, M. Kom selaku Wakil Rektor III.
5. Ibu Destina Paningrum, SE, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Komunikasi Universitas Sahid Surakarta.
6. Ibu Rosanah, S.S., M.Ikom Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta.
7. Bapak Rahmat Wisudawanto, SS.,M.Hum Selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu dan memotivasi dalam pembuatan skripsi.

8. Bapak Drs. Musta'an, M.Ag selaku dosen pembimbing II yang banyak membantu dalam proses pembuatan skripsi.
9. Ibu Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen penguji yang telah banyak membantu.
10. Bapak Ryan selaku Head Officer 3Second di Solo Grand Mall.
11. Seluruh staf dan karyawan Universitas Sahid Surakarta.
12. Bapak dan Bunda di surga.
13. Keluarga besar ku yang hebat.
14. Seluruh civitas akademika Universitas Sahid Surakarta.
15. Teman-teman Ilmu Komunikasi, semangat ya teman teman.
16. Semua pihak yang banyak membantu sampai skripsi ini selesai.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi sebuah informasi bagi pembaca, terlepas dari semua kelebihan dan kekurangannya.

Surakarta, Agustus 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Komunikasi	6
2.1.2. Periklanan	9
2.1.2.1 Anggaran Periklanan.....	11
2.1.3. Merek	12
2.2.4. <i>Endorser</i>	15
2.1.5. <i>Brand Image</i>	16
2.1.6. Daya Tarik	17
2.2. Kerangka Pemikiran	18
2.3. Penelitian Terdahulu	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	

3.1. Jenis Penelitian	24
3.2. Lokasi Penelitian	24
3.3. Sumber Data	25
3.3.1. Sumber Data Primer	25
3.3.2. Sumber Data Sekunder	25
3.4. Teknik Pengambilan Sampel	25
3.4.1. Populasi	25
3.4.2. Sampel	26
3.5. Validitas Data	27
3.6. Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	30
4.1.1. Sekilas 3Second	30
4.1.2. Profil 3Second Store di Solo Grand Mall	30
4.2. Penyajian Data	31
4.2.1. Pengujian Persyarat Analisis	44
4.2.1.1. Uji Validitas Data Penelitian	44
4.2.2.2. Uji Reliabilitas Data Penelitian	48
4.3. Analisis Data dan Penyajian Hipotesis	48
4.3.1. Deskriptif Data	48
4.3.2. Korelasi Spearman	51
4.4. Pembahasan	51
BAB V	
Kesimpulan	54
Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel II.2.1. Tabel Royan Ferdinand	17
Tabel IV.2.1. Selebrity	27
Tabel IV.2.2. Endorser	28
Tabel IV.2.3. Visibility	29
Tabel IV.2.4. Credibility	30
Tabel IV.2.5. Attraction	31
Tabel IV.2.6. Minat Beli	32
Tabel IV.2.7. Eksploratif.....	34
Tabel IV.2.8. Preferensial	35
Tabel IV.2.9. Refrensial	36
Tabel IV.2.10. Transaksion.....	37
Tabel IV.2.11. Item Total Statistic.....	40
Tabel IV.2.12. Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Endorser (X).....	41
Tabel IV.2.13. Hasil Uji Validitas Variabel Selera Konsumen (Y).....	41
Tabel IV.2.14. Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel IV.2.15. Deskriptif Data Variabel Penelitian.....	43
Tabel IV.2.16. Nilai Validitas Butir.....	43
Tabel IV.2.17. Nilai Reliabilitas Butir.....	44
Tabel IV.2.18. Interpretasi Koefisien Korelasi Versi da Vaus.....	44
Tabel IV.2.19. Reliability Statistic.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Transkrip wawancara dengan Kepala Toko 3Second Cloth
- LAMPIRAN 2: Kuesioner
- LAMPIRAN 3: Foto Produk

DAFTAR TABEL

TabelII.2.1.Tabel Royan Ferdinand	19
TabelIV.2.1. Selebrity	31
TabelIV.2.2. Endorser	32
TabelIV.2.3. Visibility	34
TabelIV.2.4. Credibility	35
TabelIV.2.5. Attraction	36
TabelIV.2.6. Minat Beli	38
TabelIV.2.7. Eksploratif.....	39
TabelIV.2.8. Preferensial	41
TabelIV.2.9. Refrensial	42
TabelIV.2.10. Transaksion.....	43
TabelIV.2.11. Analisis Output Uji Validitas.....	45
TabelIV.2.12. Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Endorser (X).....	46
TabelIV.2.13. Hasil Uji Validitas Variabel Selera Konsumen (Y).....	47
Tabel IV.2.14. Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel IV.2.15. Deskriptif Data Variabel Penelitian.....	48
Tabel IV.2.16. Nilai Validitas Butir.....	49
Tabel IV.2.17. Nilai Reliabilitas Butir.....	50
Tabel IV.2.18. Interpretasi Koefisien Korelasi Versi da Vaus.....	50
Tabel IV.2.19. Reliability Statistic.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Transkrip wawancara dengan Kepala Toko 3Second Cloth

LAMPIRAN 2: Kuesioner

LAMPIRAN 3: Foto

ABSTRAK

Fensa Noviarta, NIM 2012072004. **Hubungan Endorser Terhadap Daya Beli Konsumen Greenlight di 3Second Cloth Solo Grand Mall.** Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Bisnis dan Komunikasi Universitas Sahid Surakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara endoser terhadap daya beli konsumen produk Greenlight di 3Second Cloth Solo Grand Mall.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif yang merupakan suatu prosedur penelitian dengan menggunakan data ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan hubungannya. Adapun objek penelitian ini adalah konsumen Greenlight. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sementara itu, teknik validitas data menggunakan koefisien *spearman's rho rank-order correlation*. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Greenlight 3Second Solo Grand mall. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah random sampling dengan criteria usia, jenis kelamin dan pekerjaan..

Analisis menunjukkan ada hubungan daya beli konsumen dengan peran endorser. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien Spearman's Rho = 0,2787 dengan r tabel = 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan ada hubungan antara daya beli konsumen dengan peran endorser.

Kata kunci : endorser, *brand image*, *public figur*

ABSTRACT

FensaNoviarta, NIM 2012072004. Endorser Relation to Consumer Greenlight Purchasing Power In 3Second Cloth Solo Grand Mall. Thesis Communication Studies Program Faculty of Communication and Business. University of Sahid Surakarta. The purpose of this research is to know the correlation between endorser to consumer appeal of Greenlight product in 3Second Cloth Solo Grand Mall.

This research uses quantitative method with quantitative descriptive approach, using systematic scientific data to the parts and its relation. The object of this research is Greenlight consumers. Data collection techniques used interviews, observations and documentation. While the technique of data validation is spearman's coefficient rho rank-order correlation. The population in this study is Greenlight 3Second Solo Grand Mall Consumers. The sampling technique used in this study was random sampling with age, sex and occupational criteria.

The analysis of shows that is correlation between consumer purchasing power and the role of endorser. This is indicated by Spearman's $Rho = 0,2787$ coefficient value. Thus it can be concluded there is a correlation between consumer purchasing power with the role of endorser.

Keyword: endorser, brand image, public figure