

**PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*  
TERHADAP MINAT BELI MIE SEDAAP KOREAN SPICY CHICKEN  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom  
Yogyakarta)**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Kristina**

**17.96.0278**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2023**

**PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*  
TERHADAP MINAT BELI MIE SEDAAP KOREAN SPICY CHICKEN  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom  
Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Mencapai gelar sarjana  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

**Kristina**

**17.96.0278**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2023**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*  
TERHADAP MINAT BELI MIE SEDAAP KOREAN SPICY CHICKEN  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Amikom Yogyakarta)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Kristina  
17.96.0278**

telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi  
pada tanggal 6 Februari 2023

**Dosen Pembimbing**

**Dr. Achmad Fauzi, S.E., M.M**

**NIK. 190302022**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR*  
TERHADAP MINAT BELI MIE SEDAAP KOREAN SPICY CHICKEN  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Amikom Yogyakarta)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Kristina**

**17.96.0278**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 20 Febuari 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Dr. Achmad Fauzi, S.E., M.M.**  
**NIK. 190302022**

**Dr. Kalis Purwanto, M.M.**  
**NIK. 190302357**

**Erik Hadi Saputra, S.Kom. M.Eng.**  
**NIK. 190302107**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Tanggal Febuari 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom**

**NIK. 190302096**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Kristina  
NIM : 17.96.0278  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial  
Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini bukan plagiasi dari karya orang lain. Kecuali sumber yang secara tertulis diacu dan dikutip dalam naskah ini yang telah disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila pada kemudian hari ditemukan plagiasi pada karya lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh universitas atas perbuatan saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 10 Febuari 2023



Kristina

NIM. 17.96.0278

## MOTTO

*“Jangan terlalu bergantung pada orang lain, bahkan banyanganmu sekalipun akan meninggalkanmu saat kau berada di dalam kegelapan.”*

(Uchiha Itachi, Naruto Shippuden)

*“Kita pasti akan sampai ke waktu itu, tetapi seberapa cepat kita sampai, kitalah yang menentukannya.”*

(Peneliti)



## PERSEMBAHAN

Alahmdullilah dengan rasa syukur kepada Allah SWT. atas karunia dan kekuatan yang berikan sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang sederhana ini dan juga menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar yang diinginkan. Meskipun masih banyak kekurangan yang perlu ditingkatkan, penyelesaian skripsi ini tak lepas dari ketertibatan dan bantuan baik secara moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya ke berbagai pihak yang telah membantu

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak dan Mama tercinta di Kalimantan yang selalu menanti, medoa'akan dan memotivasi saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada Abang, terimakasih banyak atas semua dukunganya
3. Seluruh keluarga besar yang selalu memotivasi dan bertanya untuk menyelesaikan masa studi ini
4. Semua temen-teman kampus yang selalu mendukung dan memberi semangat
5. Teman-teman Mahasiswa Ilmu Komunikasi Amikom
6. Kepada artis-artis K-pop dan K-hiphop atas lagu-lagunya yang senantiasa menemani ketika mengerjakan skripsi
7. Dan semua sahabat dan juga teman-teman yaang tidak dapat disebutkan satu-persatu, skripsi ini saya persembahkan untuk kalian



## KATA PENGANTAR

Terimakasih dan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan berkat, kesehatan, dan kesempatan dalam melakukan penelitian ini, dan dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Choi Siwon Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Amikom Yogyakarta)” sebagai salah satu syarat dalam tugas akhir masa studi di Prodi Ilmu Komunikasi Amikom Yogyakarta. Peneliti juga mengucapkan syukur dan terima kasih kepada orang-orang yang telah membantu, membimbing, memotivasi dan menjadi penyemangat peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Secara khusus, peneliti ingin menyampaikan rasa syukur dan terimakasih telah hadir dan membantu dan menyemangati peneliti:

Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta,
2. Ibu Emha Taufiq Luthfi. ST. M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial, dan
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Bapak Dr. Achmad Fauzi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan juga perhatiannya untuk membimbing serta mengarahkan peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Segenap Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Amikom Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu dan juga pengamalannya kepada peneliti selama proses menempuh pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi Amikom Yogyakarta.
6. Kedua orang tua dan keluarga peneliti, Mama, Bapak dan juga Mas Dian yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberi semangat hingga



sampai pada titik sekarang sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Semua pencapaian hingga mendapatkan gelar S.I.Kom peneliti persembahkan terkhusus untuk Mama dan Bapak tercinta.

7. 103 responden yang telah membantu dan bersedia meluangkan waktunya mengisi kuesioner sebagai data yang diperlukan peneliti.
8. Teman-teman pejuang skripsi, Dimas, Ibnu, Tsania, Ricco, selaku teman peneliti yang selalu mendukung dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk semua pihak yang belum disebutkan, peneliti memohon maaf dan berterima kasih yang sebesar-besarnya. Semua keberhasilan yang peneliti raih tidak luput atas doa dan dukungan kalian.

Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi siapapun yang membacanya dan dapat memberikan manfaat secara akademis maupun secara praktis. Peneliti menyadari tiada satupun karya manusia yang sempurna sehingga mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penelitian ini baik bahasa maupun tulisan.

Yogyakarta, 10 Febuari 2023

Kristina

NIM. 17.96.0278

Peneliti

## INTISARI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh strategi komunikasi pemasaran yang banyak dilakukan perusahaan dengan menggunakan *brand ambassador* Korea untuk menarik minat beli konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah mengukur pengaruh Choi Siwon Sebagai *brand ambassador* terhadap minat beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi Amikom Yogyakarta. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif untuk melihat adanya hubungan yang mempengaruhi dan dipengaruhi yang ditimbulkan dengan menggunakan metode survey yang disebarakan melalui kuesioner kepada responden yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Amikom Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga didapat hasil 95 responden atau 10% dari jumlah populasi 1.708 mahasiswa. Data yang didapat dianalisis menggunakan metode analisis regresi sederhana, uji parsial (uji t), dan koefisien determinasi.

Hipotesis pada penelitian ini dinyatakan diterima bahwa Choi Siwon sebagai *brand ambassador* berpengaruh terhadap minat Beli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Amikom Yogyakarta. Hal ini dibuktikan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,868 > 1,986$  dan besarnya nilai regresi sebesar 0,429. Nilai koefisien determinan pengaruh Choi Siwon sebagai *brand ambassador* terhadap minat Beli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Amikom Yogyakarta adalah 0,429 adanya hubungan antara variabel *brand ambassador* dan minat beli dengan pengaruh sebesar 20,3% sedangkan sisanya 79,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

*Kata Kunci: Brand Ambassador, Minat Beli, Mahasiswa Ilmu Komunikasi*

## ABSTRACT

*This research is motivated by the marketing communication strategy that many companies do by using Korean brand ambassadors to attract consumer buying interest. The purpose of this study is to measure the influence of Choi Siwon as a brand ambassador on the buying interest of Amikom Yogyakarta Communication Science Students. The research approach used is quantitative explanatory to see the relationship that affects and is influenced by using a survey method distributed through questionnaires to respondents, namely Amikom Yogyakarta Communication Science students. The sampling technique uses the Slovin formula to get the results of 95 respondents or 10% of the total population of 1,708 students. The data obtained were analyzed using simple regression analysis methods, partial tests (t tests), and the coefficient of determination.*

*The hypothesis in this study is accepted that Choi Siwon as a brand ambassador has an effect on the interest in buying Mie Sedaap Korean Spicy Chicken at Amikom Yogyakarta Communication Science Students. This is evidenced by the  $t_{count} > t_{table}$  value, namely  $4.868 > 1.986$  and the regression value of 0.429. The coefficient of determination of the influence of Choi Siwon as a brand ambassador on the interest in buying Mie Sedaap Korean Spicy Chicken on Amikom Yogyakarta Communication Science students is 0.429, there is a variable relationship between brand ambassadors and buying interest and the amount of influence is 20.3%, while the remaining 79.7% is influenced by other variables that are not included in this research model.*

**Keywords:** *Brand Ambassador, Purchase Interest, Communication Science Students*

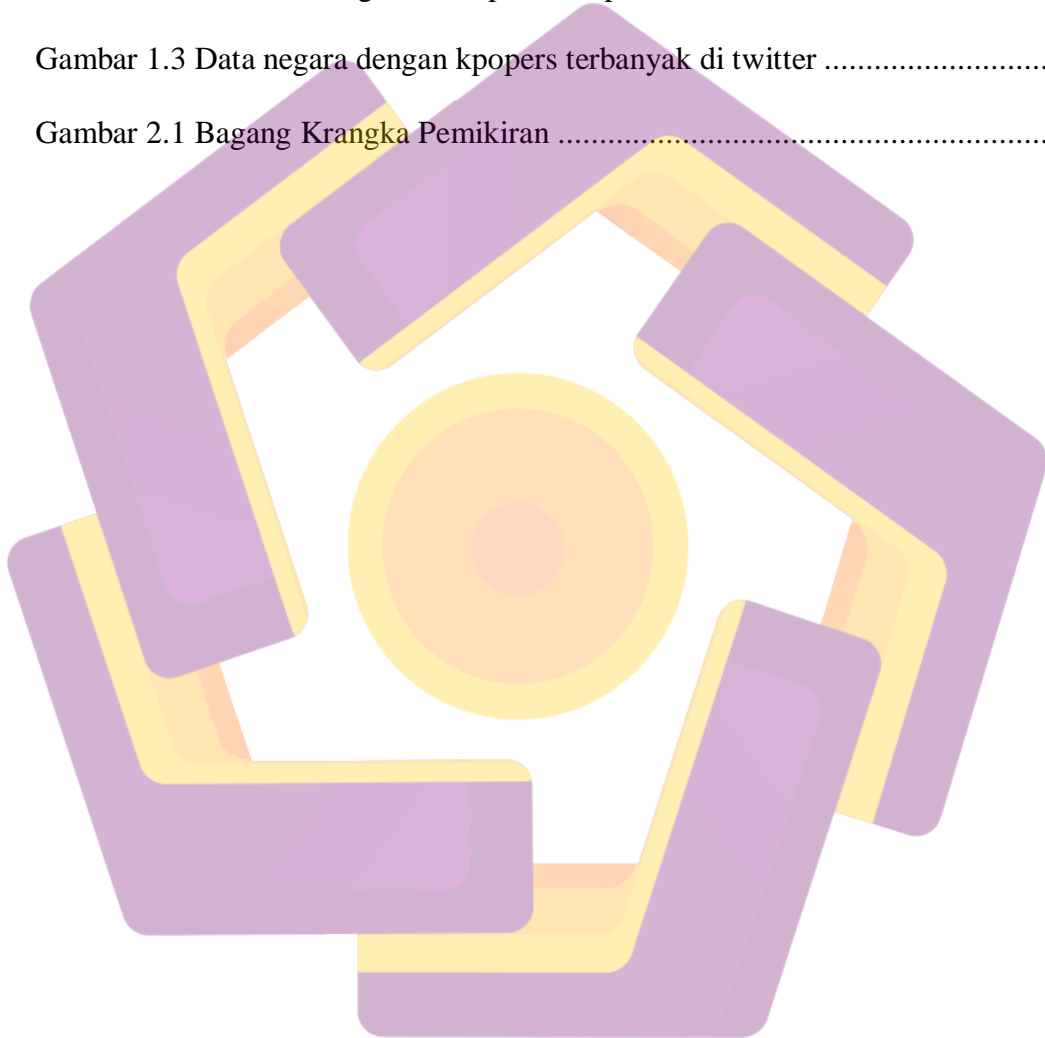
## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
INTISARI .....	viii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFRAT TABEL .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Bab .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Penelitian terdahulu .....	11
2.2 Landasan Teori .....	15
2.2.1 Komunikasi pemasaran.....	15
2.2.1 Brand ambassador.....	18
2.2.2 Teori S-R.....	22
2.2.3 Minat Beli.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran .....	26
2.4 Operasionalisasi Konsep .....	28
2.5 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Desain Penelitian .....	30
3.2 Objek Penelitian .....	30

3.3	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel dan Teknik Pengambilan sampel.....	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.5	Teknik Analisis Data .....	35
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	35
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.5.3	Uji Regresi Linear Sederhana .....	38
3.5.4	Uji Koefisien Determinasi .....	38
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		41
4.1	Hasil Penelitian.....	41
4.1.1	Uji Instrumen Penelitian .....	41
4.1.2	Analisis Data Deskriptif.....	44
4.1.3	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.1.4	Uji Regresi Linear Sederhana .....	64
4.1.5	Uji Parsial (Uji T).....	66
4.1.6	Uji Koefisien Determinasi .....	67
4.2	Pembahasan.....	68
4.2.1	Profil Responden .....	68
4.2.2	Brand Ambassador Choi Siwon .....	68
4.2.3	Minat Beli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken.....	70
4.2.4	Kaitan dengan penelitian terdahulu .....	72
BAB V PENUTUP.....		74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran .....	75
DAFTAR PUSTAKA .....		77
LAMPIRAN .....		81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Produk Paling banyak dibeli Masyarakat Indonesia FMCG 2021 .....	3
Gambar 1.2 Grafik Peningkatan Topik K-Pop di Indonesia .....	5
Gambar 1.3 Data negara dengan kpopers terbanyak di twitter .....	6
Gambar 2.1 Bagang Krangka Pemikiran .....	27



## DAFRAT TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2.2 Operaisionalisasi Konsep.....	28
Tabel 3.1 Skala Likert.....	35
Tabel 3.2 Klasifikasi TCR.....	36
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Brand Ambassador .....	42
Tabel 4.2 Uji Validitas Minat Beli .....	42
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4. 4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Angkatan.....	45
Tabel 4.6 Analisis data hasil kuesioner pernyataan X1 .....	46
Tabel 4.7 Analisis data hasil kuesioner pernyataan X2 .....	46
Tabel 4.8 Analisis data hasil kuesioner pernyataan X3 .....	47
Tabel 4.9 Analisis data hasil kuesioner pernyataan X4 .....	48
Tabel 4.10 Analisis data hasil kuesioner pernyataan X5 .....	48
Tabel 4.11 Analisis data hasil kuesioner pernyataan X6 .....	49
Tabel 4.12 Analisis data hasil kuesioner pernyataan X7 .....	50
Tabel 4.13 Analisis data hasil kuesioner pernyataan X8 .....	50
Tabel 4.14 Analisis data hasil kuesioner pernyataan X9 .....	51
Tabel 4.15 Analisis data hasil kuesioner pernyataan X10 .....	52
Tabel 4.16 Analisis data hasil kuesioner pernyataan X11 .....	52
Tabel 4.17 Analisis data hasil kuesioner pernyataan X12 .....	53
Tabel 4.18 Analisis data hasil kuesioner pernyataan Y1 .....	54



Tabel 4.19 Analisis data hasil kuesioner pernyataan Y2 .....	54
Tabel 4.20 Analisis data hasil kuesioner pernyataan Y3 .....	55
Tabel 4.21 Analisis data hasil kuesioner pernyataan Y4 .....	56
Tabel 4.22 Analisis data hasil kuesioner pernyataan Y5 .....	56
Tabel 4.23 Analisis data hasil kuesioner pernyataan Y6 .....	57
Tabel 4.24 Analisis data hasil kuesioner pernyataan Y7 .....	58
Tabel 4.25 Analisis data hasil kuesioner pernyataan Y8 .....	58
Tabel 4.26 Analisis data hasil kuesioner pernyataan Y9 .....	59
Tabel 4.27 Analisis data hasil kuesioner pernyataan Y10 .....	60
Tabel 4.28 Analisis data hasil kuesioner pernyataan Y11 .....	60
Tabel 4.29 Analisis TCR Variabel Brand Ambassador .....	61
Tabel 4.30 Analisis TCR Variabel Minat Beli .....	61
Tabel 4.31 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	62
Tabel 4.32 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser .....	63
Tabel 4.33 Hasil Uji Linearitas .....	64
Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	65
Tabel 4.35 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	66
Tabel 4.36 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	67