



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* RAISA ANDRIANA
TERHADAP MINAT BELI OPPO F3 PLUS *SELFIE
EXPERT***

(Survei di Jabodetabek periode Juni – Juli 2017)

SKRIPSI



**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**

Priskila Debby

13140110096

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS*
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2017**

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Priskila Debby

NIM : 13140110096

Program Studi : *Public Relations*

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan / penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang Selatan, 17 Juli 2017



(Priskila Debby)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**“Pengaruh *Brand Ambassador* Raisa Andriana Terhadap Minat Beli Oppo F3
Plus *Selfie Expert*
(Survei di Jabodetabek periode Juni – Juli 2017)”**

oleh

Priskila Debby

Telah diujikan pada hari Jumat, 28 Juli 2017 pukul 11:30 s.d. 13:00 dan dinyatakan
lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

(Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.)

Penguji Ahli

(C. Eko Hadi Saputro, S.E., M.M.)

Dosen Pembimbing

(Cherry Kartika, S.IP., M.Ikom.)

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Inco Hary Perdana, M.Si.)

HALAMAN PERSEMBAHAN



1 Petrus 5:7

Peter 5:7

Serahkanlah segala kekuatiranmu kepada-Nya, sebab Ia yang memelihara kamu.

Cast all your anxiety on him because he cares for you.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, penulis telah diberikan berkat, kekuatan, dan rahmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Ambassador Raisa Andriana Terhadap Minat Beli Oppo F3 Plus Selfie Expert (Survei di Jabodetabek periode Juni – Juli 2017)*”** diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana pada program pendidikan Strata-I fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa dukungan dan doa dari orang-orang yang ada di sekitar penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan senang hati mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada yang terhormat:

1. Cherry Kartika, S.IP., M.Ikom., selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, memberikan masukan-masukan yang bermakna bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu
2. C. Eko Hadi Saputro, S.E., M.M. dan Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji dan ketua siding yang telah memberikan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini

3. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan dukungan dan kesempatan penelitian sebagai mahasiswa
4. Teman-teman penulis yang telah memberikan semangat, doa, dan senantiasa mendengarkan keluhan-keluhan penulis: Claudia Valensia, Kiki Amelia, Kartika Sutanto, Katherine Ferry, Gabriella Wijanarko, Vissi El, Mariana L, Elsa Christina, Kelvin Jonathan, Felix Albert beserta *group* Core Elsa, Dony Pratidana, Bima Setyawan dan nama-nama lain yang tidak dapat penulis sebutkan.
5. Teman-teman seperjuangan penulis yang memberikan semangat, dan bertukar pikiran: Amalia Lutfi, dan Kenny Haryanto.

Penulis menyadari adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka atas kritik dan saran yang berkaitan dengan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi para pembaca. Semoga Tuhan memberkati kita semua.

Tangerang, 17 Juli 2017

Penulis,



Priskila Debby

Pengaruh *Brand Ambassador* Raisa Andriana Terhadap Minat Beli Oppo F3 Plus *Selfie Expert*

(Survei di Jabodetabek periode Juni – Juli 2017)

ABSTRAK

Oleh : Priskila Debby

Industri *smartphone* merupakan salah satu industri yang sangat berkembang dan diminati di era modern. Berbagai merek *smartphone* muncul dengan inovasi produk yang terus mengikuti tren dari waktu ke waktu. Persaingan ketat terjadi antar merek untuk mendapatkan perhatian dan minat dari konsumen. Maka dari itu diperlukan berbagai macam implementasi strategi pemasaran yang tepat oleh produsen untuk menarik perhatian konsumen dan calon konsumen. Salah satunya ialah dengan menggandeng *brand ambassador* untuk memasarkan produk.

Teori atau konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *brand ambassador* terhadap minat beli melalui *marketing public relations*. Selebriti merupakan sosok yang dikenal dan digemari oleh banyak orang. Selebriti sebagai *brand ambassador* memberikan daya tarik, informasi produk, dan gambaran produk dengan baik. Dengan hadirnya seorang *brand ambassador* maka konsumen dapat semakin mengenal produk dengan baik, memiliki ketertarikan, hingga minat untuk membeli produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli, dan seberapa besar pengaruh tersebut. Metodologi yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif, dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan pada periode Juni – Juli 2017 dengan menyebarkan kuesioner kepada 349 responden yang memenuhi kriteria sampel penelitian. Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh *brand ambassador* Raisa Andriana terhadap minat ingin membeli Oppo F3 Plus *Selfie Expert* sebesar 22.9%. Dan sisanya sebesar 77.1% minat beli dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata kunci: *Marketing Public Relations, Brand Ambassador, Minat Beli, Kuantitatif*

The influence of Raisa Andriana as Brand Ambassador to Oppo F3 Plus Selfie Expert Purchase Intention

(Survey at Jabodetabek June – July 2017 Period)

ABTRACT

by : Priskila Debby

Smartphone industry is one of the most developed industries and demanded in modern era. Various brand of smartphone came up with product innovations which always following trends time to time. High competition occurs between brand to get attentions and intentions from the consumers. Therefore a proper marketing strategies implementation by producer is required to attract consumer and potential consumer's attention. One of it is by hooking up a brand ambassador to market the products.

Theory or concept that used in this research is brand ambassador through marketing public relations to purchase intention. Celebrity is a figure that is known and liked by many people. Celebrity as a brand ambassador provide attractiveness, product information and product overview well. With the presence of a brand ambassador then the consumer can get to know a product well, have an interest, until the intention to buy the product.

This research is aimed to determine if there is brand ambassador influence to purchase intention, and how big the influence is. Methodology used in this research is quantitative explanative, with purposive sampling. Data collected in June – July 2017 period by distributing the questionnaires to 349 respondents which fulfill the research sample criteria already. The result proved that there is influence of brand ambassador Raisa Andriana to the intention to buy Oppo F3 Plus Selfie Expert by 22.9%, and the rest 77.1% purchase intention influenced by another factors outside of this study.

Keywords: Marketing Public Relations, Brand Ambassador, Purchase Intetntions, Quantitative

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13

1.4.1 Kegunaan Akademis.....	13
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	14
BAB II KERANGKA TEORI.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Teori dan konsep	19
2.2.1 <i>Public Relations</i>	19
2.2.2 <i>Marketing Public Relations</i>	22
2.2.3 <i>Brand</i>	31
2.2.4 <i>Brand Ambassador</i>	33
2.2.5 Minat Beli.....	37
2.2.6 Hubungan <i>Brand Ambassador</i> dengan Minat Beli.....	39
2.3 Hipotesis Teoretis.....	41
2.4 Kerangka Teoretis.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Sifat Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	45
3.3 Populasi dan Sampel.....	46

3.3.1 Populasi	46
3.3.2 Sampel	47
3.4 Operasionalisasi Variabel	49
3.4.1 Definisi Operasional Variabel	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	55
3.5.1 Data Primer	55
3.5.2 Data Sekunder	55
3.6 Teknik Pengukuran Data	56
3.6.1 Uji Validitas	57
3.6.2 Uji Reliabilitas	60
3.6.3 Uji Normalitas	63
3.7 Teknik Analisis Data	67
3.7.1 Uji Korelasi	68
3.7.2 Uji Regresi	68
3.7.3 Uji Hipotesis	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Objek Penelitian	71

4.1.1 Riwayat Singkat Oppo.....	71
4.1.2 Oppo F3 Plus <i>Selfie Expert</i>	74
4.1.3 SWOT.....	75
4.2 Hasil Penelitian.....	77
4.2.1 Data Kuisisioner.....	77
4.2.2 Analisis Korelasi.....	107
4.2.3 Analisis Regresi.....	109
4.3 Pembahasan.....	114
4.3.1 Uji Hipotesis.....	120
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	121
5.1 Simpulan.....	121
5.2 Saran.....	123
5.2.1 Saran Akademis.....	123
5.2.2 Saran Praktis.....	123
Daftar Pustaka.....	125
LAMPIRAN.....	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Five Smartphone Vendors di Indonesia Kuartal 3 2016.....	3
Tabel 1.2 Daftar Brand Ambassador Oppo.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	49
Tabel 3.2 Skala Likert	57
Tabel 3.3 Hasil Hitung Uji Validitas Data <i>Pre-Test</i> Variabel X.....	59
Tabel 3.4 Hasil Hitung Uji Validitas Data <i>Pre-Test</i> Variabel Y.....	60
Tabel 3.5 Tabel Reliabilitas Berdasarkan Tingkat Alpha	61
Tabel 3.6 Hasil Hitung Uji Reliabilitas Data Pre-Test Variabel X	62
Tabel 3.7 Hasil Hitung Uji Reliabilitas Data Pre-Test Variabel Y (Minat Beli)	62
Tabel 3.8 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	66
Tabel 3.9 Interpretasi Tabel Mean.....	67
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	78
Tabel 4.2 Rentang Usia Responden	79
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	80

Tabel 4.4 Domisili Responden Saat Ini	81
Tabel 4.5 Pendapatan Responden Saat Ini Per Bulan	82
Tabel 4.6 Budget Yang Dikeluarkan Untuk Membeli <i>Smartphone</i>	83
Tabel 4.7 Apakah Responden Mengetahui Merek Oppo	84
Tabel 4.8 Apakah Responden Mengetahui Produk Oppo F3 Plus <i>Selfie Expert</i>	85
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 1	87
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 2.....	88
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 3.....	90
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 4.....	91
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 5.....	92
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 6.....	93
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 7.....	95
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 8.....	96
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 9.....	97
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 10.....	99
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 11.....	100
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 12.....	101

Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 13.....	102
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 14.....	103
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 15.....	104
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 16.....	106
Tabel 4.25 Ringkasan Hasil Penelitian	107
Tabel 4.26 Nilai Koefisien Korelasi.....	108
Tabel 4.27 Uji Korelasi	109
Tabel 4.28 Uji Regresi Linear Sederhana	110
Tabel 4.29 Besar Pengaruh Dimensi Attractiveness Terhadap Minat Beli.....	110
Tabel 4.30 Besar Pengaruh Dimensi Trustworthiness Terhadap Minat Beli.....	111
Tabel 4.31 Besar Pengaruh Dimensi Expertise Terhadap Minat Beli	111
Tabel 4.32 Uji Anova.....	112
Tabel 4.33 Nilai Koefisien	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Smartphone Terlaris Kuartal 2 2016.....	3
Gambar 1.2 Raisa dengan Penghargaan Terbanyak AMI Awards 2016	8
Gambar 3.1 Uji Normalitas Grafik Histogram.....	64
Gambar 3.2 Uji Normalitas <i>Probability Plot</i>	65
Gambar 4.1 Logo Oppo.....	71
Gambar 4.2 Oppo F3 Plus <i>Selfie Expert</i>	74
Gambar 4.3 Jenis Kelamin Responden	79
Gambar 4.4 Rentang Usia Responden	80
Gambar 4.5 Pekerjaan Responden	81
Gambar 4.6 Domisili Responden Saat Ini.....	82
Gambar 4.7 Pendapatan Responden Saat Ini Per Bulan	83
Gambar 4.8 Budget Yang Dikeluarkan Untuk Membeli <i>Smartphone</i>	84
Gambar 4.9 Apakah Responden Mengetahui Merek Oppo	85
Gambar 4.10 Apakah Responden Mengetahui Produk Oppo F3 Plus <i>Selfie Expert</i> .	86
Gambar 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 1	87

Gambar 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 2.....	89
Gambar 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 3.....	90
Gambar 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 4.....	91
Gambar 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 5.....	92
Gambar 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 6.....	94
Gambar 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 7.....	95
Gambar 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 8.....	96
Gambar 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 9.....	98
Gambar 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 10.....	99
Gambar 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 11.....	100
Gambar 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 12.....	101
Gambar 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 13.....	102
Gambar 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 14.....	103
Gambar 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 15.....	105
Gambar 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Butir Pertanyaan Nomor 16.....	106