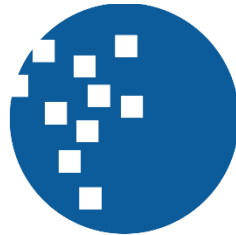


**PENGARUH KREDIBILITAS CHEF JUNA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
HOLYWINGS GROUP**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Lavenia

00000023629

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

**PENGARUH KREDIBILITAS CHEF JUNA TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN HOLYWINGS GROUP**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom)

Lavenia

0000023629

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Lavenia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000023629
Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

Pengaruh Kredibilitas Chef Juna Terhadap Minat Beli Konsumen Holywings Group merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar 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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 16 Juni 2022



(Lavenia)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH KREDIBILITAS CHEF JUNA TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN HOLYWINGS GROUP**

Oleh

Nama : Lavenia
NIM : 00000023629
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu 22 Juni 2022
Pukul 16.00 s. d 18.00 dan dinyatakan

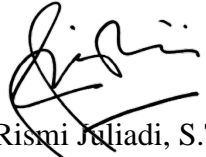
LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang


Silvanus Alvin, S.I. Kom., M.A.
NIDN: 0309109001

Penguji


Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si
NIDN: 0320077401

Pembimbing

Dr. Endah Murwani M.Si.
NIDN.0327006402

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Hary Perdana, S.I.Kom, M.Si
NIDN: 0308117706

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lavenia
NIM : 00000023629
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PENGARUH KREDIBILITAS CHEF JUNA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN HOLYWINGS GROUP

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 16 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Lavenia)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat, rahmat, dan anugerah-Nya, sehingga saya bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “PENGARUH KREDIBILITAS CHEF JUNA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN HOLYWINGS GROUP” ini tepat pada waktunya. Pengajuan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana (S1) Ilmu Komunikasi dari Universitas Multimedia Nusantara.

Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah memberikan dorongan, bimbingan, arahan, motivasi, serta doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Endah Muwarni, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
2. Bapak Inco Hary Perdana, S.I. Kom, M. Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang memberikan dukungan kepada mahasiswa
3. Bapak Silvanus Alvin, S.I. Kom, M. A, selaku ketua sidang skripsi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M. Si, selaku penguji sidang skripsi Universitas Multimedia Nusantara.
5. Seluruh dosen, staf pengajar, staf administrasi, dan seluruh karyawan Universitas Multimedia Nusantara yang telah membantu mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan berlangsung.
6. Orang tua, teman-teman dan seluruh pihak lainnya yang selalu membantu dan mendukung penulis dari awal perkuliahan hingga saat ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya untuk memperbaiki skripsi ini akan sangat membantu bagi penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca.

Tangerang, 16 Juni 2022



(Lavenia)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH KREDIBILITAS CHEF JUNA TERHADAP

MINAT BELI KONSUMEN HOLYWINGS GROUP

(Lavenia)

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran merupakan alat yang digunakan oleh perusahaan dalam upaya memberikan informasi, membujuk, atau mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung mengenai suatu produk atau merek yang dijual. Peran komunikator berkontribusi dalam melakukan komunikasi pemasaran dengan tujuan untuk memasarkan produk atau merek yang dijual. Holywings yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *food and beverage* memilih Chef Juna sebagai komunikator yang akan memasarkan produk kepada khalayak untuk mempengaruhi minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas Chef Juna terhadap minat beli konsumen Holywings group. Penelitian ini menggunakan teori penilaian sosial. Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif bersifat eksplanatif dengan survei. Populasi penelitian ini adalah konsumen Holywings. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 150 orang dan dikumpulkan melalui kuesioner. Data dianalisis dengan uji regresi linear. Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh kredibilitas terhadap minat beli dikarenakan kepercayaan khalayak akan keahlian Chef Juna.

Kata kunci: Kredibilitas, Minat Beli, *Social Judgment Theory*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THE EFFECT OF CHEF JUNA'S CREDIBILITY ON HOLYWINGS GROUP'S CONSUMER PURCHASE INTEREST

(Lavenia)

ABSTRACT

Marketing communication is a tool used by companies in an effort to provide information, persuade, or remind consumers directly or indirectly about a product or brand being sold. The communicator's role is to contribute to conducting marketing communications with the aim of marketing the product or brand being sold. Holywings, which is a company engaged in the food and beverage sector, chose Chef Juna as a communicator who will market products to the public to influence consumer buying interest. This study aims to determine the effect of Chef Juna's credibility on consumer buying interest in the holywings group. This research uses social judgment theory. The method in this research is explanative quantitative with a survey. The population of this research is Holywings consumers. The number of samples in this study were 150 people and were collected through a questionnaire. Data were analyzed by linear regression test. The results of this study show that there is an influence of credibility on buying interest due to public trust in Chef Juna's expertise.

Keywords: *Credibility, Purchase Interest, Social Judgment Theory.*

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	5
1.5.1 Kegunaan Akademis	6
1.5.2 Kegunaan Praktis	6
BAB II KERANGKA KONSEP	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Konsep Yang Digunakan Dalam Penelitian	11
2.2.1 Social Judgement Theory	11
2.2.2 Komunikasi Persuasif	12
2.2.3 Karakteristik Komunikator	14
2.2.4 Minat Beli Konsumen	16
2.2 Kerangka Pemikiran	18
2.3 Hipotesis	19
2.4.1 Hipotesis Teoritis	19
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	20

3.2	Metode Penelitian	20
3.3	Populasi dan Sampel	20
3.3.1	Populasi	20
3.3.2	Sampel	20
3.4	Operasional Variabel	21
3.5	Teknik Pengumpulan Data	23
3.6	Teknik Pengukuran Data	24
3.6.1	Uji Validitas	24
3.6.2	Uji Reliabilitas	26
3.7	Teknik Analisis Data	27
3.6.1	Analisis Deskriptif	27
3.6.2	Analisis Inferensial	27
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
4.1	Objek/Subjek Penelitian	29
4.2	Hasil Penelitian	30
4.2.1	Karakteristik Responden	31
4.2.2	Kredibilitas Chef Juna	32
4.3	Uji Hipotesis	38
4.4	Pembahasan	40
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	42
5.1	Simpulan	42
5.2	Saran	42
5.2.1	Saran akademis	42
5.2.2	Saran praktis	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	46
	FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI/TUGASAKHIR	54
	HASIL TURNITIN	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Ukuran Sample Dalam Studi Penelitian Marketing	23
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	24
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kredibilitas	30
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	30
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kredibilitas Chef Juna	31
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Konsumen	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	37
Tabel 4.4 Dimensi Keahlian.....	38
Tabel 4.5 Dimensi Kepercayaan	39
Tabel 4.6 Dimensi Objektivitas.....	40
Tabel 4.7 Dimensi Minat Beli Eksploratif	41
Tabel 4.8 Dimensi Minat Beli Preferensial.....	42
Tabel 4.9 Dimensi Minat Beli Transaksional	43
Tabel 4.10 Dimensi Minat Beli Referensial.....	43
Tabel 4.11 Hasil Uji ANOVA.....	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisiensi.....	45

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar4.1 Feeds Instagram Holywings Dengan Chef Juna	35
Gambar 4.2 Konten Memasak Holywings Dengan Chef Juna	35

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Pertanyaan Kuesioner	53
Lampiran B Jawaban Kuesioner	55
Lampiran C. Hasil Uji Statistik SPSS	59

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA