

**PENGARUH PENGGUNAAN SONG JOONG KI SEBAGAI *CELEBRITY*  
*ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK  
SKINCARE SCARLETT DI PULAU JAWA-BALI**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

Lidya Kristiawati

NRP. 1423019081

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2023**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENGGUNAAN SONG JOONG KI SEBAGAI *CELEBRITY*  
*ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK  
SKINCARE SCARLETT DI PULAU JAWA-BALI**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



**Disusun Oleh :**

Lidya Kristiawati

NRP. 1423019081

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lidya Kristiawati

NRP : 1423019081

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**“Pengaruh Penggunaan Song Jong Ki Sebagai *Celebrity Endorser* Terhadap  
Minat Beli Konsumen Produk *Skincare* Scarlett Di Pulau Jawa-Bali”**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan ini tidak lulus.

Surabaya, 20 Juni 2023

Penulis,



Lidya Kristiawati

NRP.1423019081

# LEMBAR PERSETUJUAN

## SKRIPSI

**“Pengaruh Penggunaan Song Jong Ki Sebagai *Celebrity Endorser* Terhadap  
Minat Beli Konsumen Produk *Skincare* Scarlett Di Pulau Jawa-Bali”**

Oleh :

Lidya Kristiawati

NRP.1423019082

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan proposal skripsi untuk diajukan ke tim penguji Skripsi.

**Pembimbing I :**

Brigitta Revia Sandy Fista, S.IKom., M.Med.Kom.

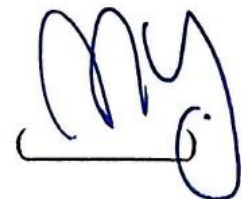
NIDN. 0715108903



**Pembimbing II :**

Maria Yulastuti S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0707078607



Surabaya, 20 Juni 2023

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Pada: 14 Juni 2023

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,



### Dewan Penguji :

1. Ketua : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom. (  )  
NIDN. 0719078401
2. Sekretaris : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. (  )  
NIDN. 0715108903
3. Anggota : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. (  )  
NIDN. 0725058704
4. Anggota : Maria Yuliasuti S.Sos., M.Med.Kom. (  )  
NIDN. 0707078607

**LEMBAR PERNYATAAN**  
**PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas  
Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) :

Nama : Lidya Kristiawati

NRP : 1423019081

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyetujui Skripsi saya Judul :

**“Pengaruh Penggunaan Song Jong Ki Sebagai *Celebrity Endorser* Terhadap  
Minat Beli Konsumen Produk *Skincare* Scarlett Di Pulau Jawa-Bali”**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library  
Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan  
Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini kami buat dengan  
sebenarnya.

Surabaya, 20 Juni 2023

Yang menyatakan,



Lidya Kristiawati

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya dapat berada di titik ini tidak bukan dari kehendak tuhan Yesus Kristus yang maha baik, lalu diikuti dengan kekuatan seorang diri, dan dukungan dari orang tua serta kerabat. Karya penelitian ini saya buat apa adanya dandikerjakan dengan sepenuh hati dengan usaha yang penuh semangat, disertai mimpi serta pengharapan bagi kedua orang tuanya yang untuk meyandang gelar sarjana, karena ingin putri bungsunya memiliki masa depan yang lebih indah dibandingkan mereka. Karya ini kupersembahkan kepada papa dan mama yang selalu memberikan kasih sayang yang tak tergantikan, akhirnya salah satu mimpi papa mama untuk menjadikan anaknya menjadi seorang sarjana tercapai. Perjalanan 4 tahun yang berharga melebihi apapun, karya ini menjadi bukti bahwa aku adalah bagian dari kalian orang- orang luar biasa yang terus berlari dan tidak pernah menyerah. Kita semua sudah melakukan yang terbaik. Karya ini sekaligus menjadi awal petualangan yang baru. Saatnya nanti kita sampai di persimpangan yang lain lalu kembali menjalani pilihan masing-masing, aku harap kita mengingat bahwa di mana pun kita berdiri, kita tumbuh dan mekar dengan cara kita sendiri.

“ALLAH Tuhanku itu kekuatanku:

*“Ia membuat kakiku seperti kaki rusa, Ia membiarkanku berjejak di bukit-  
bukitku.”*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena kasih karunia dan anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Song Jong Ki Sebagai *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Skincare* Scarlett Di Pulau Jawa-Bali”** Penyusunan skripsi ini dilakukan tidak lain sebagai salah satu bentuk tanggung jawab atas bukti pembelajaran yang peneliti lalui selama berkuliah di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Peneulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberkati penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Kedua orang tua penulis, yaitu Wang Tjen San dan Nanik Ernawati yang selalu memberi semangat dan mendoakan penulis selama berkuliah di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. dan Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing satu dan dua yang selalu memberi arahan dan bimbingan dalam mengerjakan skripsi ini sehingga dapat selesai tepat waktu.
4. Teman - teman seperjuangan Angkatan 2019 yang juga memberikan semangat serta saling bertukar pengetahuan untuk menyelesaikan skripsi ini.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR .....</b>	
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
I.1    Latar Belakang .....	1
I.2    Rumusan Masalah .....	14
I.3    Tujuan Penelitian.....	14
I.4    Manfaat Penelitian.....	14
I.5    Batasan Masalah.....	15
<b>BAB II .....</b>	<b>16</b>
II.1    Penelitian Terdahulu.....	16
II.2    Kerangka Teori.....	22
II.2.1.    Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	22

II.2.2. <i>Celebrity endorser</i> .....	23
1. Peran Selebgram Endorser .....	24
II.2.3. Minat / Daya Beli Konsumen.....	25
II.2.4. Instagram.....	29
II.3 Hubungan antara <i>Celebrity endorser</i> terhadap Daya Minat Beli .....	30
II.4 Nisbah Antar Konsep .....	31
II.5 Bagan Kerangka Konseptual .....	32
II.6 Hipotesis Penelitian .....	33
<b>BAB III.....</b>	<b>34</b>
III.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	34
III.2 Metode Penelitian.....	34
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian .....	35
III.4 Definisi Konseptual .....	35
III.5 Definisi Operasional.....	36
III.5.1 <i>Celebrity endorser</i> .....	36
III.5.2 Minat Beli .....	38
III.6 Populasi dan Sampel .....	39
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	43
III.8 Teknik Pengumpulan Data .....	43
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas .....	45
III.9.1.Uji Validitas .....	45
III.10 Teknik Analisis Data .....	47
<b>BAB IV .....</b>	<b>56</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian .....	56

IV.1.1. Perempuan Konsumen Skincare Scarlett Whitening .....	56
IV.1.2. Profil Scarlett Whitening.....	57
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	58
IV.2.1 Uji Validitas .....	58
IV.2.2 Uji Reliabilitas .....	60
IV.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	62
IV.3.1. Identitas Responden .....	62
IV.3.2. Deskripsi Variabel X (Song Joong Ki sebagai <i>Celebrity Endorser</i> ).....	68
IV.3.3. Analisis Interval Pengukuran <i>Celebrity Endorser</i> .....	72
IV.3.4. Deskripsi Variabel Y (Minat Beli Scarlett Whitening).....	76
IV.3.5. Analisis Interval Pengukuran Minat Beli.....	82
IV.4 Analisis Data .....	84
IV.4.1 Uji Normalitas.....	84
IV.4.2 Uji Linearitas.....	85
IV.4.3 Uji Korelasi .....	86
IV.4.4 Uji Regresi Linear Sederhana .....	88
IV.4.5 Uji Signifikansi Hipotesis .....	90
IV.4.6 Analisis Tabulasi Silang.....	90
IV.4.7 Pengaruh Penggunaan <i>Celebrity Endorser</i> Song Jong Ki terhadap Minat Beli Scarlett.....	102
<b>BAB V.....</b>	<b>105</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>105</b>
V.1. Kesimpulan.....	105
V.2. Saran .....	106
V.2.1. Saran Akademis .....	106

V.2.2. Saran Praktis .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>112</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Rangking Brand Perawatan Tubuh Terlaris.....	3
Gambar I. 2 Top Brand Body Lotion Terlaris di Shopee dan Tokopedia .....	4
Gambar I. 1 Song Jong <i>Ki Sebagai Celebrity endorser Skincare Scarlett</i> .....	6
Gambar I. 4 Kompetitor Brand Scarlett Whitening .....	8
Gambar I. 5 Pengguna Layanan Internet di Seluruh Indonesia .....	10

## DAFTAR TABEL

Tabel III. 1 Data Statistik Penduduk Jawa-Bali .....	40
Tabel IV. 1 Hasil Uji Validitas Celebrity Endorser .....	59
Tabel IV. 2 Hasil Uji Validitas Minat Beli .....	59
Tabel IV. 3 Hasil Uji Reliabilitas Celebrity Endorser .....	61
Tabel IV. 4 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli .....	61
Tabel IV. 5 Hasil Pertanyaan Saringan .....	62
Tabel IV. 6 Identitas Responden mengenai Jenis Kelamin.....	63
Tabel IV. 7 Identitas Responden mengenai Usia .....	64
Tabel IV. 8 Identitas Responden mengenai Domisili .....	65
Tabel IV. 9 Identitas Responden mengenai Pendidikan Terakhir.....	66
Tabel IV. 10 Identitas Responden mengenai Pekerjaan .....	67
Tabel IV. 11 Deskripsi Indikator <i>Trustworthiness</i> dari <i>Celebrity Endorser</i> .....	68
Tabel IV. 12 Deskripsi Indikator <i>Expertise</i> dari <i>Celebrity Endorser</i> .....	70
Tabel IV. 13 Deskripsi Indikator <i>Attractiveness</i> dari <i>Celebrity Endorser</i> .....	71
Tabel IV. 14 Kategori Skor Interval Kelas <i>Celebrity Endorser</i> .....	73
Tabel IV. 15 Total Skala Interval <i>Celebrity Endorser</i> .....	74
Tabel IV. 16 Deskripsi Indikator Minat Transaksional dari Minat Beli .....	76
Tabel IV. 17 Deskripsi Indikator Minat Referensial dari Minat Beli .....	78
Tabel IV. 18 Deskripsi Indikator Minat Preferensial dari Minat Beli .....	80
Tabel IV. 19 Deskripsi Indikator Minat Eksploratif dari Minat Beli.....	81
Tabel IV. 20 Kategori Skor Interval Kelas Minat Beli .....	83
Tabel IV. 21 Total Skala Interval Minat Beli .....	83
Tabel IV. 22 Tabel Uji Normalitas .....	85
Tabel IV. 23 Tabel Uji Linearitas .....	86
Tabel IV. 24 Tabel Uji Korelasi.....	87
Tabel IV. 25 Koefisien Regresi <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli.....	88
Tabel IV. 26 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan <i>Celebrity Endorser</i> .....	91
Tabel IV. 27 Tabulasi Silang Domisili dengan <i>Celebrity Endorser</i> .....	93
Tabel IV. 28 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan <i>Celebrity Endorser</i> ..	94
Tabel IV. 29 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan <i>Celebrity Endorser</i> .....	96
Tabel IV. 30 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Minat Beli.....	97
Tabel IV. 31 Tabulasi Silang Usia dengan Minat Beli .....	98
Tabel IV. 32 Tabulasi Silang Domisili dengan Minat Beli.....	99
Tabel IV. 33 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan Minat Beli.....	100
Tabel IV. 34 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan Minat Beli.....	101

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	112
Lampiran 2 : Lembar <i>Coding Celebrity Endorser</i> .....	118
Lampiran 3 : Lembar <i>Coding</i> Minat Beli.....	121
Lampiran 4 : Tabel Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	125
Lampiran 5 : Tabel Uji Validitas Minat Beli .....	125
Lampiran 6 : Tabel Uji Reliabilitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	126
Lampiran 7 : Tabel Uji Reliabilitas Minat Beli .....	126
Lampiran 8 : Hasil <i>Google Form</i> Identitas Responden .....	126
Lampiran 9 : Hasil <i>Mean Celebrity Endorser</i> .....	127
Lampiran 10 : Hasil <i>Mean</i> Minat Beli .....	128
Lampiran 11 : Hasil Tabulasi Silang Identitas Responden dengan <i>Celebrity Endorser</i> .....	128
Lampiran 12: Hasil Tabulasi Silang Identitas Responden dengan Minat Beli ...	130
Lampiran 13: Hasil Uji Normalitas.....	131
Lampiran 14: Hasil Uji Linearitas .....	132
Lampiran 15: Hasil Uji Korelasi .....	132
Lampiran 16: Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana .....	133

## ABSTRAK

Lidya Kristiawati. NRP. 1423019081. Pengaruh Penggunaan Song Joong Ki sebagai *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli Konsumen Produk Skincare Scarlett di Pulau Jawa-Bali.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji teori yang menyatakan bahwa *celebrity endorser* memberikan pengaruh terhadap minat beli. Berdasarkan dengan fenomena Korean Hallyu berhasil mendapatkan perhatian untuk meningkatkan minat beli masyarakat dengan berujung pada aktivitas transaksi pembelian. Scarlett menggunakan Song Joong Ki untuk menjadi *celebrity endorser* karena memiliki segudang prestasi dalam dunia *entertainment*. Song Joong Ki diharapkan mampu menjadi daya tarik bagi audience yang melihat iklan dari Scarlett. *Celebrity endorser* dinilai berdasarkan indikator *trustworthiness*, *expertise*, dan *attractiveness*. Sedangkan minat beli dinilai berdasarkan indikator minat transaksional, minat refrensial, minat preferensial, dan minat eksploratif. Jenis penelitian ini adalah eksplanatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei yang pernyataan responden diukur dengan skala Likert. Pada penelitian ini diketahui juga bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, Hipotesis tersebut menunjukkan penggunaan Song Joong Ki sebagai *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Scarlett. Berdasarkan tabulasi silang, penggunaan *celebrity endorser* dianggap baik, responden tertinggi yaitu usia 15-20 tahun dengan jenis kelamin perempuan, berdomisili di Jawa Barat, memiliki Pendidikan terakhir SMA serta bekerja sebagai mahasiswa. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui terdapat pengaruh antara penggunaan Song Joong Ki sebagai *celebrity endorser* Scarlett terhadap minat beli konsumen produk skincare Scarlett di Pulau Jawa-Bali yaitu adanya hubungan yang kuat antara kedua variabel dalam penelitian ini

Kata kunci : *Celebrity Endorser*, Song Joong Ki, Scarlett Whitening, Minat Beli



## ABSTRACT

Lidya Kristiawati. NRP. 1423019081. *The Effect of Using Song Joong Ki as a Celebrity Endorser on Consumer Purchase Interests for Scarlett Skincare Products in Java-Bali.*

*This study aims to test the theory which states that celebrity endorsers have an influence on buying interest. Based on the Korean Hallyu phenomenon, it managed to get attention to increase people's buying interest by accumulating in buying transaction activities. Scarlett used Song Joong Ki to become a celebrity endorser because she has a myriad of achievements in the entertainment world. Song Joong Ki is expected to be an attraction for the audience who sees Scarlett's ad. Celebrity endorsers are assessed based on indicators of trustworthiness, expertise and attractiveness. Meanwhile, buying interest is assessed based on indicators of transactional interest, referential interest, preferential interest, and explorative interest. This type of research is explanatory using a quantitative approach. The method used is a survey method in which respondents' statements are measured by a Likert scale. In this study it is also known that H<sub>0</sub> is rejected and H<sub>1</sub> is accepted. The hypothesis shows that the use of Song Joong Ki as a celebrity endorser has a significant effect on the intention to buy Scarlett products. Based on cross tabulation, the use of celebrity endorsers is considered good, the highest respondents are aged 15-20 years with female gender, domiciled in West Java, have a high school education and work as a students. The results of this study can be seen that there is an influence between the use of Song Joong Ki as Scarlett's celebrity endorser on the buying interest of consumers of Scarlett's skincare products on the island of Java-Bali, namely that there is a strong relationship between the two variables in this study*

*Keywords : Celebrity Endorser, Song Joong Ki, Scarlett, Buying Decision.*