

**PENGARUH PENGGUNAAN CHOI SIWON SEBAGAI *CELEBRITY*
ENDORSER PADA IKLAN MIE SEDAAP KOREAN SPICY CHICKEN
TERHADAP *BRAND LOYALTY* ELF**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Cindy Florencia Irena

NRP. 1423018019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2021**

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN CHOI SIWON SEBAGAI *CELEBRITY*
ENDORSER PADA IKLAN MIE SEDAAP KOREAN SPICY CHICKEN
TERHADAP *BRAND LOYALTY* ELF**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Cindy Florencia Irena

NRP. 1423018019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2021**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama: Cindy Florencia

NRP: 143018019

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul PENGARUH PENGGUNAAN CHOI SIWON SEBAGAI *CELEBRITY ENDORSER* PADA IKLAN MIE SEDAAP KOREAN SPICY CHICKEN TERHADAP *BRAND LOYALTY* ELF 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 kesarjanaan saya dicabut.

Surabaya, 15 Desember 2021

Penulis



Cindy Florencia Irena

NRP.1423018019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN CHOI SIWON SEBAGAI *CELEBRITY*
ENDORSER PADA IKLAN MIE SEDAAP KOREAN SPICY CHICKEN
TERHADAP *BRAND LOYALTY ELF***

Oleh:

Cindy Florencia Irena

NRP.1423018019

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

Pembimbing I : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIDN. 0630077303

()

Pembimbing II: Brigitta Revia, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

()

Surabaya, 15 Desember 2021

HALAMAN 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 7 Desember 2021:

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi

Dekan,



Brigitta Revia, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIK. 142.15.0849

Dewan Penguji

- | | | |
|----------------|--|---|
| 1. Ketua | : Maria Yuliasuti, S. Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0707078607 | () |
| 2. Sekretaris: | Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.
NIDN. 0630077303 | () |
| 3. Anggota | : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.
NIDN. 0726126602 | () |
| 4. Anggota | : Brigitta Revia, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIDN. 0715108903 | () |

**SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : Cindy Florencia Irena

NRP : 1423018019

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tahun Lulus : 2022

Dengan ini **SETUJU** Skripsi saya, dengan judul

**PENGARUH PENGGUNAAN CHOI SIWON SEBAGAI CELEBRITY
ENDORSER PADA IKLAN MIE SEDAAP KOREAN SPICY CHICKEN
TERHADAP BRAND LOYALTY ELF**

Untuk dipublikasikan / ditampilkan di Internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang – undang Hak Cipta yang berlaku

Demikian surat pernyataan **SETUJU** publikasi Karya Ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Desember 2021

Yang membuat pernyataan,



Cindy Florencia Irena
NRP 1423018019

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dari kejenuhan yang seperti tak ada ujungnya, peneliti mulai mensyukuri kehadiran orang-orang terdekat memiliki peran besar dalam kehidupan peneliti. Untuk itu, skripsi ini peneliti persembahkan untuk keluarga tercinta yang senantiasa menjadi pendamping sekaligus motivasi bagi peneliti. Dan terutama, skripsi ini dipersembahkan bagi peneliti sendiri yang sudah berjuang. Satu hal yang Soonyoung katakan, bahwa *“this is the first time you’re living this life, how can you be so good at it?”* Berkat kalimat sederhana ini, peneliti berani untuk terus menjalani hidup.

Skripsi ini juga dipersembahkan untuk Choi Siwon dan teman-teman ELF yang sudah senantiasa membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi. Juga, teman-teman yang telah berjuang bersama peneliti. Bagi keluarga kedua peneliti, Seventeen, yang meminta bukti ijazah kelulusan sebagai bukti perjuangan peneliti dalam menyelesaikan gelar sarjana.

Terima kasih. Kalian semua sungguh berharga.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yesus atas segala kasih, berkat, dan tuntunannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH PENGGUNAAN CHOI SIWON SEBAGAI *CELEBRITY ENDORSER* PADA IKLAN MIE SEDAAP KOREAN SPICY CHICKEN TERHADAP *BRAND LOYALTY* ELF**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Selama pengerjaan skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang tua peneliti yang tidak hentinya mendorong penulis untuk segera lulus. Juga, untuk cece yang memberi uang saku dan adik yang menyediakan konsumsi bagi peneliti.
2. Dosen pembimbing skripsi, Yuli Nugraheni, S.Sos. M.Si. dan Brigitta Revia S. F., S.I.Kom., M.Med.Kom., yang telah memberikan masukan dan revisi agar penelitian skripsi ini menjadi layak.
3. Teman-teman ELF yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan pada penelitian ini.
4. Kedua teman terdekat peneliti, Anjani dan Sheila, yang telah menjadi partner bagi peneliti pada seluruh kegiatan selama berkuliah. *Thank you for all the good times.*

5. Teman-teman di tim GJM yang membuat sesi kerja tengah malam menjadi sesi curhat super seru. Serta, teman-teman senasib se-pengaruh yang telah menjadi tempat diskusi dan cerita bagi peneliti.
6. Seventeen, yang telah memberikan dukungan bagi peneliti melalui lagu dan nasihatnya. Seungcheol, Soonyoung, Wonwoo, *and all the boys, thank you for making me feel alive. You are my youth.*
7. Seluruh penyanyi favorit yang telah mengisi kejenuhan peneliti lewat lagu-lagu yang dibuatnya. Serta, untuk laptop peneliti yang rusak dan laptop adik peneliti yang sedang bertahan Terima kasih atas kerja keras dan perjuangannya.
8. Peneliti sendiri yang tidak menyerah demi terselesainya skripsi ini.
9. Dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu, dan kebetulan sedang membaca kata pengantar ini. Terima kasih telah berjuang.

Peneliti menyadari bahwa masih ada banyak kesalahan dan kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran demi sempurnanya skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah	12
I.3 Tujuan Penelitian	12
I.4 Batasan Penelitian	12
I.5 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
II.1 Penelitian Terdahulu	14
II.2 Kerangka Teori	19
II.2.1 Iklan.....	19
II.2.2 <i>Celebrity Endorser</i>	19
II.2.3 <i>Brand Loyalty</i>	21
II.2.4 Hubungan antara <i>Celebrity Endorser</i> dengan <i>Brand Loyalty</i>	24
II.2.5 Penggemar <i>Hallyu</i>	25
II.3 Nisbah Antar Konsep.....	26
II.4 Bagan Kerangka Konseptual	27

II.5 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	29
III.2 Metode.....	30
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	30
III.4 Definisi Konseptual.....	31
III.4.1 <i>Celebrity Endorser</i>	31
III.4.2 <i>Brand Loyalty</i>	31
III.5 Definisi Operasional.....	31
III.5.1 Variabel Bebas (X): <i>Celebrity Endorser</i>	31
III.5.2 Variabel Terikat (Y): <i>Brand Loyalty</i>	34
III.6 Populasi dan Sampel.....	36
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	37
III.8 Teknik Pengumpulan Data	38
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas	39
III.9.1 Validitas	39
III.9.2 Reliabilitas	40
III.10 Teknik Analisis Data	41
III.10.1 Uji Normalitas.....	44
III.10.2 Uji Linearitas	45
III.10.3 Uji Korelasi.....	45
III.10.4 Uji Regresi	46
III.10.5 Uji Signifikasi Hipotesis.....	47
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian	49
IV.1.1 ELF.....	49
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
IV.2.1 Uji Validitas.....	50
IV.2.2 Uji Reliabilitas.....	52
IV.3 Pembahasan Hasil Penelitian	53
IV.3.1 Identitas Responden.....	54

IV.3.2 Deskripsi Variabel X (Penggunaan Choi Siwon sebagai <i>Celebrity Endorser</i>)	59
IV.3.3 Analisis Interval Pengukuran <i>Celebrity Endorser</i>	72
IV.3.4 Deskripsi Variabel Y (<i>Brand Loyalty ELF</i>)	75
IV.3.5 Analisis Interval Pengukuran <i>Brand Loyalty</i>	85
IV.3.6 Analisis Data.....	88
IV.3.7 Analisis Tabulasi Silang	94
IV.4 Pengaruh Penggunaan Choi Siwon sebagai <i>Celebrity Endorser Mie Sedaap Korean Spicy Chicken</i> terhadap <i>Brand Loyalty ELF</i>	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
V.1 Kesimpulan.....	113
V.2 Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	122

DAFTAR BAGAN

Bagan II.4 Bagan Kerangka Konseptual.....	27
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel IV.1 Hasil Pengujian Validitas <i>Celebrity Endorser</i>	51
Tabel IV.2 Hasil Pengujian Validitas <i>Brand Loyalty</i>	52
Tabel IV.3 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Celebrity Endorser</i>	53
Tabel IV.4 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Brand Loyalty</i>	53
Tabel IV.5 Hasil Screening Responden	54
Tabel IV.6 Identitas Responden mengenai Jenis Kelamin	55
Tabel IV.7 Identitas Responden mengenai Usia	55
Tabel IV.8 Identitas Responden mengenai Pendidikan Terakhir	56
Tabel IV.9 Identitas Responden mengenai Pekerjaan	57
Tabel IV.10 Identitas Responden mengenai Pengeluaran per Bulan	58
Tabel IV.11 Deskripsi mengenai <i>Trustworthiness</i> berdasarkan <i>Celebrity Endorser</i>	59
Tabel IV.12 Deskripsi mengenai <i>Expertise</i> berdasarkan <i>Celebrity Endorser</i>	62
Tabel IV.13 Deskripsi mengenai <i>Attractiveness</i> berdasarkan <i>Celebrity Endorser</i>	65
Tabel IV.14 Deskripsi mengenai <i>Respect</i> berdasarkan <i>Celebrity Endorser</i>	68
Tabel IV.15 Deskripsi mengenai <i>Similarity</i> berdasarkan <i>Celebrity Endorser</i>	70
Tabel IV.16 Kategori Penilaian Interval Kelas <i>Celebrity Endorser</i>	72
Tabel IV.17 Skala Interval Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	73
Tabel IV.18 Deskripsi mengenai <i>Behaviour Measures</i> berdasarkan <i>Brand Loyalty</i>	75
Tabel IV.19 Deskripsi mengenai <i>Measuring Switching Cost</i> berdasarkan <i>Brand Loyalty</i>	77
Tabel IV.20 Deskripsi mengenai <i>Measuring Satisfaction</i> berdasarkan <i>Brand Loyalty</i>	79
Tabel IV.21 Deskripsi mengenai <i>Measuring Liking Brand</i> berdasarkan <i>Brand Loyalty</i>	81

Tabel IV.22 Deskripsi mengenai <i>Measuring Commitment</i> berdasarkan <i>Brand Loyalty</i>	84
Tabel IV.23 Kategori Penilaian Interval Kelas <i>Brand Loyalty</i>	86
Tabel IV.24 Skala Interval Variabel <i>Brand Loyalty</i>	87
Tabel IV.25 Tabel Uji Linearitas	89
Tabel IV.26 Tabel Uji Normalitas	89
Tabel IV.27 Korelasi <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	90
Tabel IV.28 <i>Coefficients</i> Regresi <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	92
Tabel IV.29 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan <i>Celebrity Endorser</i>	95
Tabel IV.30 Tabulasi Silang Usia dengan <i>Celebrity Endorser</i>	96
Tabel IV.31 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan <i>Celebrity Endorser</i> ...	98
Tabel IV.32 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan <i>Celebrity Endorser</i>	100
Tabel IV.33 Tabulasi Silang Pengeluaran per Bulan dengan <i>Celebrity Endorser</i>	101
Tabel IV.34 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan <i>Brand Loyalty</i>	103
Tabel IV.35 Tabulasi Silang Usia dengan <i>Brand Loyalty</i>	104
Tabel IV.36 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan <i>Brand Loyalty</i>	106
Tabel IV.37 Tabulasi Silang Pekerjaan dengan <i>Brand Loyalty</i>	108
Tabel IV.39 Tabulasi Silang Pengeluaran per Bulan dengan <i>Brand Loyalty</i>	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Choi Siwon sebagai Special Representative UNICEF.....	5
Gambar I.2 Daftar 10 Akun Individual Idola K-Pop dengan Jumlah Pengikut Terbanyak di Twitter pada tahun 2020	7
Gambar I.3 Scene iklan Mie Sedaap Korean Spicy Chicken pada saat Siwon mengatakan “ <i>jinjja pedas</i> ”	8
Gambar I.4 Alur Perkembangan Indeks Top Brand Kategori Mie Instan dalam Kemasan Bag dari Tahun 2002 hingga 2020	9
Gambar IV.1 Tangkapan layar dari cuitan autobase idolfess yang membahas <i>jinjja pedas</i>	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	122
Lampiran 2 Lembar Coding Variabel X (<i>Celebrity Endorser</i>)	131
Lampiran 3 Lembar Coding Variabel Y (<i>Brand Loyalty</i>)	137
Lampiran 4 Tabel Validitas Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	143
Lampiran 5 Tabel Validitas Indikator <i>Brand Loyalty</i>	144
Lampiran 6 Tabel Reliabilitas Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	145
Lampiran 7 Tabel Reliabilitas Indikator <i>Brand Loyalty</i>	145
Lampiran 8 Hasil Mean <i>Celebrity Endorser</i>	146
Lampiran 9 Hasil Mean <i>Brand Loyalty</i>	147
Lampiran 10 Hasil Tabulasi Silang Identitas Responden dengan <i>Celebrity Endorser</i>	148
Lampiran 11 Hasil Tabulasi Silang Identitas Responden dengan <i>Brand Loyalty</i>	151
Lampiran 12 Hasil Uji Linearitas.....	153
Lampiran 13 Hasil Uji Normalitas	153
Lampiran 14 Hasil Uji Korelasi	153
Lampiran 15 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	154
Lampiran 16 Tabel R-Tabel	155

ABSTRAK

Cindy Florencia Irena. NRP. 1423018019. Pengaruh Penggunaan Choi Siwon sebagai *Celebrity Endorser* pada Iklan Mie Sedaap Korean Spicy Chicken terhadap *Brand Loyalty* ELF.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji teori yang menyatakan bahwa loyalitas konsumen dapat dimunculkan dengan menghubungkan *celebrity endorser* yang disukai konsumen dengan merek atau produk yang didukungnya. Mie Sedaap Korean Spicy Chicken menggaet Choi Siwon, yakni idola K-Pop dan aktor asal Korea Selatan untuk menjadi *celebrity endorser* pada iklannya. Pemilihan Choi Siwon sebagai *celebrity endorser* ini dilatarbelakangi oleh adanya fenomena *Hallyu* di Indonesia serta reputasi baik Choi Siwon yang dikenal secara mendunia. *Celebrity endorser* menggunakan indikator *trustworthiness*, *expertise*, *attractiveness*, *respect*, dan *similarity*, sedangkan *brand loyalty* menggunakan indikator *behaviour measures*, *measuring switching cost*, *measuring satisfaction*, *measuring liking brand*, dan *measuring commitment*. Jenis penelitian ini adalah eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah survei dan pernyataan responden diukur dengan skala likert. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan Choi Siwon sebagai *celebrity endorser* pada Iklan Mie Sedaap Korean Spicy Chicken terhadap *brand loyalty* ELF. Penelitian ini juga menemukan bahwa penggunaan Choi Siwon sebagai *celebrity endorser* pada Iklan Mie Sedaap Korean Spicy Chicken berhasil dan *brand loyalty* pada ELF tergolong tinggi.

Kata kunci : iklan, *celebrity endorser*, *brand loyalty*.

ABSTRACT

Cindy Florencia Irena. NRP. 1423018019. *The Influence of Using Choi Siwon as Celebrity Endorser of Mie Sedaap Korean Spicy Chicken's Advertisement on ELF's Brand Loyalty.*

This study aims to test the theory which states that consumer loyalty can be raised by linking the celebrity endorser that consumers like with the brand or product he supports. Mie Sedaap Korean Spicy Chicken hooked Choi Siwon, a K-Pop idol and actor from South Korea, to become celebrity endorser in its advertisement. The choice of Choi Siwon as a celebrity endorser is motivated by the Hallyu phenomenon in Indonesia and Choi Siwon's good reputation which is known worldwide. Celebrity endorser uses indicators of trustworthiness, expertise, attractiveness, respect, and similarity, while brand loyalty uses indicators of behavior measures, measuring switching cost, measuring satisfaction, measuring brand liking, and measuring commitment. This type of research is explanatory with a quantitative approach. The method used is a survey and respondents' statements are measured by a Likert scale. The results of this study found that there was an influence between the use of Choi Siwon as a celebrity endorser in the Mie Sedaap Korean Spicy Chicken advertisement on ELF brand loyalty. This study also found that the use of Choi Siwon as a celebrity endorser in the Mie Sedaap Korean Spicy Chicken advertisement was successful and brand loyalty to ELF was high.

Keywords : advertisement, celebrity endorser, brand loyalty.