

**PENGARUH ZASKIA ADYA MECCA SEBAGAI *CELEBRITY*
ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE
”MAMAHKE JOGJA” DI YOGYAKARTA TAHUN 2019**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan memperoleh Gelar Sarjana (Strata 1)
pada program studi ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Nama : Achmad Ridho Amrullah

NIM : 20130530349

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhamamdiyah Yogyakarta
Tahun 2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan didepan Depan Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,

pada :

Hari : Senin

Tanggal : 20 Juli 2020

Tempat : Daring Zoom

Nilai :



SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua


Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn, M.Sn.

Penguji I

Penguji II


Haryadi Arief Nur Rasvid, S.IP, M.Sc. 
Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A.

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi
Pada Tanggal, 20 Juli 2020

Mengesahkan,


Haryadi Arief Nur Rasvid, S.IP, M.Sc
NIP.19701122199702163051

Ketua Program studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Achmad Ridho Amrullah
Nim : 20130530349
Jurusan/program studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul **"PENGARUH ZASKIA ADYA MECCA SEBAGAI *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE "MAMAHKE JOGJA" DI YOGYAKARTA TAHUN 2019"** ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi lain, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



rt, 04 september 2020

Achmad Ridho Amrullah

20130530349

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Penulis Persembahkan Untuk :

1. Kedua Orang Tua yang selalu mendoakan dan mendukung saya meskipun jauh disana.
2. Ketiga kakak saya yang selalu mendukung dan memacu saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bibik dan Om saya yang selalu datang ke kos saya dan selalu membuat saya bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman kosan saya yang selalu menanyakan skripsi saya.
5. Ketiga keponakan saya yang selalu menghibur saya dengan candaan yang membuat saya tertawa.
6. Teman dekat saya yang selalu mendukung dan menghibur saya.
7. Pak kos yang sudah menyediakan tempat nya untuk saya berfikir ketika sedang mengerjakan skripsi saya.
8. Mbah Ganjar yang selalu memberikan makanan supaya tetap sehat buat mengerjakan skripsi saya.
9. Keluarga besar yang selalu menanyakan dan membantu saya dalam mengerjakan skripsi.

MOTTO

“Ambilah kebaikan dari apa yang dikatakan, jangan melihat siapa yang mengatakannya”.

(Nabi Muhammad SAW)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr, Wb.

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang melimpahkan karunia dan rezeki kepada setiap umatnya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah dengan judul **“PENGARUH ZASKIA ADYA MECCA SEBAGAI *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE ”MAMAHKE JOGJA” DI YOGYAKARTA TAHUN 2019”**.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah atas Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari kegelapan menuju kehidupan yang terang menderang.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak ucapan terimakasih

kepada :

1. Bapak dan Ibuk tercinta yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan dalam segala hal
2. Bapak Zuhdan Aziz,S.IP,S.Sn,M.Sn selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan, masukan, dan motivasi dalam penyusunan Karya Tulis Ilmiah ini.

3. Bapak Haryadi Arief NR., S.IP, M.Sc. dan bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A. sebagai penguji yang telah banyak memberikan masukan dan saran.
4. Admin Kue Mamahke Jogja di Yogyakarta yang telah memberikan bantuan dalam pembuatan Karya Tulis Ilmiah Ini.
5. Narasumber yang sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner yang saya buat.

Selanjutnya penulis menyadari bahwa, skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu kritik yang konstruktif demi perbaikan skripsi kedepannya senantiasa sangat penulis harapkan.

Semoga persembahan sederhana ini menjadi sesuatu yang bermanfaat, seluruh masyarakat Indonesia.

Yogyakarta, 20 Juni 2020.

Penulis.

Achmad Ridho Amrullah

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
KOSENTRASI ADVERTISING
Achmad Ridho Amrullah

PENGARUH ZASKIA ADYA MECCA SEBAGAI *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE "MAMAHKE JOGJA" DI YOGYAKARTA TAHUN 2019.

Tahun Skripsi : 2020 + 77 Halaman + Lampiran + 21 Table + 4 Diagram + 23 Gambar

Daftar Pustaka : 9 Buku + 11 jurnal + 1 skripsi + 7 web

Studi ini menganalisis mengenai Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembeli Kue "MAMAHKE JOGJA" Di Yogyakarta Tahun 2019. Adapun yang melatar belakangi penelitian ini berdasarkan pada karakteristik pembeli terhadap keputusan untuk membeli kue di mamake jogja. Dan apakah peran Zaskia Adya Mecca sangat berpengaruh penting dalam pemasaran kue mamahke jogja .

Metodelogi yang digunakan dalam studi ini bersifat deskriptif kuantitatif yang mengandalkan sumber dari setiap kuesioner yang disebar ke beberapa informan. Teknik pengambilan informan menggunakan *purposive sampling* yakni pemilihan informan menggunakan pertimbangan tertentu, Isi dari studi ini berupa uraian data dan analisis penulis berdasarkan data-data yang diperoleh.

Kesimpulan berdasarkan hasil analisis dengan regresi berganda dapat disimpulkan bahwa *celebrity endorser* yang terdiri dari *attractiveness*, *trustworthness*, *expertise* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kue Mamahke Jogja di Yogyakarta. *Attractiveness* merupakan hal yang menarik dari endorser meliputi sejumlah karakteristik yang dapat dilihat khalayak dalam diri endorser seperti daya tarik fisik, sifat-sifat kepribadian (*personality*), *Trustworthiness* merupakan kepercayaan yang terdiri dari kejujuran, integritas dan dapat dipercaya seorang sumber dalam meyakinkan orang lain untuk mengambil tindakan. Tingkat kejujuran ataupun kepercayaan dari endorser dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap maksud dari endorser tersebut. *Expertise* merupakan keahlian selebritis yang mengacu pada keahlian yang terdiri dari pengetahuan, pengalaman dan keterampilan yang dimiliki

**Kata kunci : Celebrity Endorser, Komunikasi Pemasaran,
Keputusan Pembelian**

ABSTRACT

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL
THE DEPARTMENT OF COMMUNICATION SCIENCE
CONCENTRATION ADVERTISING
Achmad Ridho Amrullah**

**THE INFLUENCE OF ZASKIA ADYA MECCA AS THE
CELEBRITY ENDORSER OF THE PURCHASE DECISION CAKE
"MAMAHKE JOGJA" YOGYAKARTA IN THE YEAR 2019.**

**Year Thesis : 2020 + 77 Pages + Appendices + 21 Tables + 4 Diagram
+ 23 Picture**

Bibliography : 9 Books + 11 journal + 1 thesis + 7 website

This study was to analyze the Influence of Zaskia Adya Mecca As a Celebrity Endorser Against the Decision of the Buyer of the Cake "MAMAHKE JOGJA" Yogyakarta In the Year 2019. As for the background belakangin this study based on the characteristics of the buyer against the decision to buy a cake in mamake jogja. And what is the role of Zaskia Adya Mecca is very important in marketing a cake mamahke jogja .

The methodology used in this study is descriptive quantitative that rely on the source of any questionnaire that was distributed to several informants. Retrieval techniques informants using purposive sampling, i.e. the selection of informants using a particular consideration, the Content of this study is the description of the data and the analysis of the author based on the data obtained.

Conclusion based on the results of the analysis with multiple regression it can be concluded that a celebrity endorser which consists of attractiveness, trustwothness, expertise has a positive effect and significant to decision of purchasing a cake Mamahke Jogja in Yogyakarta. Attractiveness is the thing that is interesting of endorsers includes a number of characteristics that can be seen audience in endorsers such as physical attractiveness, personality traits (personality), Trustworthiness is a trust that consists of honesty, integrity and trustworthy a source in convincing others to take action. The level of honesty or trust of the endorser is influenced by consumer perceptions of the purpose of the endorser is. Expertise is the expertise of the celebrity who refers to the expertise which consists of knowledge, experience and skills possessed

**Keywords : Celebrity Endorser, Marketing Communications, Buyer
Decision**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR DIAGRAM	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat PenelitianKajian Teori	10
E. Kajian Teori	12
1. Pemasaran	12
a. Pengertian Pemasaran	12
2. Promosi	15
a. Pengertian Promosi.....	15
b. Tujuan Promosi.....	18

3. Iklan	18
a. Definisi Iklan.....	18
b. Penggunaan Selebriti Dalam Iklan.....	22
c. Minat Beli Konsumen	26
F. Penelitian Terdahulu.....	28
G. Definisi Konseptual dan Operasional	30
a. Definisi Konseptual	30
b. Definisi Operasional	31
H. Kerangka Pemikiran	33
I. Hipotesis	34
J. Metode Penelitian.....	34
1. Objek/Subjek Penelitian	35
2. Jenis Data.....	35
3. Populasi Dan Sampel.....	35
K. Teknik Pengumpulan Data	36
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	37
A. Profil Zaskia Adya Mecca.....	37
B. Profil Mamahke Jogja	44
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Objek /Subjek Penelitian	49
B. Hasil Penelitian.....	60
1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	60

2. Uji Validitas.....	60
3. Uji Reliabilitas.....	62
4. Karakteristik Responden.....	63
5. Pengujian Hipotesis	68
C. Pembahasan.....	73
BAB IV PENUTUP	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Capture Mamahke Jogja.....	6
Gambar 1.2 Capture mamahke jogja.....	7
Gambar 2.1 Logo Brand MAMAHKE Jogja	46
Gambar 2.2 Mamahke Bakpia Kacang Ijo	46
Gambar 2.3 Varian rasa softcake Mamahke Jogja.....	47
Gambar 2.4 Mamahke Jogja, Game Interaktif.	48
Gambar 2.5 Mamahke Jogja, Game Interaktif.....	49
Gambar 2.6 Mamahke Jogja, Game Interaktif.	50
Gambar 2.7 Mamahke Jogja, Game Interaktif.....	51
Gambar 2.8 Mamahke Jogja, Akun Instagram.....	51
Gambar 2.9 Mamahke Jogja,Akun Facebook	52
Gambar 2.10 Mamahke Jogja,Akun Twitter.....	52
Gambar 2.11 Mamahke Jogja, Shopee.co.id.....	53
Gambar 2.12 Mamahke Jogja, Traveloka	53
Gambar 2.13 kegiatan Mamahke Jogja.....	54
Gambar 2.14 kegiatan Mamahke Jogja.....	55
Gambar 2.15 kegiatan Mamahke Jogja.....	55
Gambar 2.16 kegiatan Mamahke Jogja.....	56
Gambar 2.17 kegiatan Mamahke Jogja.....	56
Gambar 2.18 antrian konsumen Mamahke Jogja.....	57
Gambar 2.19 antrian konsumen Mamahke Jogja.....	57
Gambar 2.20 antrian konsumen Mamahke Jogja.....	57
Gambar 3.1 Zaskia Adya Mecca dengan Mamahke Jogja.....	79
Gambar 3.2Zaskia Adya Mecca Melayani Pembeli	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk dan nama pemilik kue kekinian.....	8
Table 1.2 Penelitian Terdahulu	28
Table 2.1 profil Zakia Adya Mecca	38
Table 2.2 Judul Filem Zaskia Adya Mecca	42
Tabel 2.3 Judul Sinetron Zaskia Adya Mecca	42
Table 2.4 Zaskia Adya Mecca di belakang layar	43
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas <i>Attractiveness</i> (Daya Tarik).....	60
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas <i>Trustworthiness</i> (kepercayaan)	61
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas <i>Expertise</i> (Keahlian)	61
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas	63
Tabel 3.6 Karakteristik Responden Menurut Usia Responden	63
Tabel 3.7 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	65
Tabel 3.8 Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Pembelian.....	66
Tabel 3.9 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	67
Tabel 3.10 Uji Kolmogorov-Smirnov	69
Tabel 3.11 Uji Multikolinieritas.....	69
Tabel 3.12 Uji Heteroskedastisitas.....	70
Tabel 3.13 Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 3.14 Uji F	71
Tabel 3.15 Uji t	72

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Persentase Karakteristik Responden Menurut Usia	64
Diagram 3.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	65
Diagram 3.3 Frekuensi Pembelian	66
Diagram 3.4 Karakteristik Menurut Pekerjaan	67

DAFTAR LAMPIRAN

KUESIONER

LAMPIRAN SPSS