

**PENGARUH PENGGUNAAN *VLOGGER ENDORSER* PADA
IKLAN DALAM MEMBENTUK NIAT BELI KONSUMEN
(Studi kasus pada mahasiswa UMY dan *viewers* vidio Youtube Y.O.U
channel Rachel Goddard)**

***THE EFFECT OF USING A VLOGGER ENDORSER ON
ADVERTISING IN SHAPING CONSUMER PURCHASE
INTENTIONS***

*(Study in students of UMY and YouTube video viewers Y.O.U channel Rachel
Goddard)*



Oleh :
SHELLY AYUNDA RAMADHANI
20180410130

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Dengan ini saya,

Nama : Shelly Ayunda Ramadhani

Nim : 20180410130

Prodi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas : Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : **PENGARUH PENGGUNAAN *VLOGGER ENDORSER***
PADA IKLAN DALAM MEMBENTUK NIAT BELI KONSUMEN (Studi
kasus pada mahasiswa UMY dan *viewers* vidio YouTube channel Rachel
Goddard)

Dengan ini menyatakan bahwa karya ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang diacu dalam penelitian ini yang diketahui terdapat di daftar pustaka.

Yogyakarta, 07 Maret 2022



Shelly Ayunda Ramadhani

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur atas rahmat yang telah diberikan oleh Allah SWT yang mana telah memberikan ridhonya kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Vlogger Endorser* Pada Iklan Dalam Membentuk Niat Beli Konsumen (studi kasus pada mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan *viewers* vidio YouTube *channel* Rachel Goddard)”. Terimakasih untuk seluruh pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian tugas akhir saya ini. Banyak kendala dan kesulitan saya dalam mengerjakan tugas akhir ini, namun berkat doa dan dukungan orang-orang terdekat saya dapat menyelesaikannya. Skripsi saya ini akan saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya yaitu bapak Slamet Priadi dan ibu Sulis Tiani yang telah menjaga, mendidik, mensupport, dan selalu mendoakan yang terbaik untuk saya.
2. Terimakasih kepada dosen pembimbing skripsi saya yaitu bapak Sutrisno Wibowo, SE., M.M. yang telah sabar membimbing dan memberi masukan saya untuk menyelesaikan tugas akhir penulis. Serta terimakasih juga untuk dosen-dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat untuk kedepannya terutama pada dosen-dosen mulai semestrer 1 sampai akhir yang telah mengajar saya.
3. Terimakasih kepada kedua adik saya yaitu Shelva Septi Ramadhanti dan Damar Arya Syahputra yang selalu mensupport, membantu dan mendoakan saya.

4. Terimakasih kepada teman-teman saya yang selalu ada dan selalu mensupport dari maba sampai saat ini, yaitu : Silvia Intan Primasari, Hana' Rafifah, Riski Fitria Nur Ariska, dan Diana Lestari.
5. Terimakasih kepada nenek, kakek, beserta om dan tante yang selalu mensupport, mendukung, dan mendoakan serta selalu mengkhawatirkan keadaan saya. Dan terimakasih kepada sepupu-sepupu saya yang selalu ada ketika saya membutuhkan.
6. Terimakasih kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang telah saya berikan dalam membantu menyelesaikan tugas akhir saya ini.
7. Terimakasih kepada Kim Soekjin selaku bias saya yang menjadi penyemangat ketika saya down mengerjakan skripsi ini dan kepada Kim Namjon, Kim Soekjin, Min Yongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook selaku member BTS kpop yang telah saya gemari yang selalu mengajari love my self dan terimakasih sudah menjadi tempat healing bagi saya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamin, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang mana telah memberikah rahmat dan hidayah sehingga penulis diberikan keselamatan, kesehatan, dan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Penggunaan *Vlogger Endorser* Pada Iklan Dalam Membentuk Niat Beli Konsumen (Studi kasus pada mahasiswa UMY dan *viewers* vidio YouTube *Channel Rachel Goddard*). Penyusunan skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Kedua orangtua saya yang senantiasa memberikan dukungan dan doa agar sang anak dapat memberikan yang terbaik dalam proses pembelajaran di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM. Sebagai rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Prof. Dr. Rizal Yahya, SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan terhadap penulis dalam menyelesaikan studi.
4. Dr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M,Si. Sebagai kepala Program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

5. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM., sebagai dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan memberi masukan selama penulis menyelesaikan penulisan ini.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kemudahan dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai penutup, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran dalam bentuk apapun penulis akan terima untuk pembelajaran kedepan. Namun demikian, harapan bagi penulis karya ini dapat menjadi suatu karya yang bermanfaat.

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Hasil Penelitian Terlebih Dahulu	18
C. Pengembangan Hipotesis.....	24
D. Model Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Objek, Subjek Penelitin	33
B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	33
C. Sumber Data dan Teknik pengumpulan Data	34
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
E. Uji Kualitas Instrumen	39
F. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	48
B. Uji Kualitas Instrumen	51
C. Statistik Deskriptif	54

D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis dan Analisis Data).....	57
E. Pengujian hipotesis	68
F. Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	80
A. KESIMPULAN	80
B. KETERBATASAN PENELITIAN.....	81
C. SARAN.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Skala Likert	35
Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator Daya Tarik <i>Vlogger</i>	36
Tabel 3. 3 Variabel dan Indikator Kepercayaan Terhadap <i>Vlogger</i>	36
Tabel 3. 4 Variabel dan Indikator Keahlian <i>Vlogger</i>	37
Tabel 3. 5 Variabel dan Indikator Sikap Terhadap Iklan	37
Tabel 3. 6 Variabel dan Indikator Minat Beli	38
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Fakultas	51
Tabel 4. 2 Responden berdasarkan prodi	51
Tabel 4. 3 Responden berdasarkan semester	52
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reabilitas	54
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Daya Tarik <i>Vlogger</i>	55
Tabel 4. 7 Statistik Variabel Kepercayaan Terhadap <i>Vlogger</i>	55
Tabel 4. 8 Statistik deskriptif Variabel Keahlian <i>Vlogger</i>	56
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Sikap Terhadap Iklan	57
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian <i>Outliers</i>	62
Tabel 4. 13 Notes For Model (Default model)	65
Tabel 4. 14 Menilai goodness of fit	66
Tabel 4. 15 Hubungan antar variabel	68
Tabel 4. 16 Standardized Direct Effects	71
Tabel 4. 17 Standardized Indirect Effects	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	32
Gambar 4. 1Diagram Alur.....	59
Gambar 4. 2Persamaan Struktural.....	60

