



**Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Daya Tarik *Celebrity Endorser* dalam
Kampanye #RambutAkuKataAku terhadap Keputusan Pembelian Shampo
Dove**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Pendidikan Strata I**

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Fidella Nala Sani

NIM : 14030116140061

**JURUSAN ILMU KOMUKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fidella Nala Sani
Nomor Induk Mahasiswa : 14030116140061
Tempat/Tanggal Lahir : Klaten/25 November 1998
Program : S1 Reguler FISIP-Undip
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Alamat : Dukuh RT 01/RW 03 Ngemplak Kalikotes
Klaten

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Daya Tarik *Celebrity Endorser* dalam
Kampanye #RambutAkuKataAku terhadap Keputusan Pembelian Shampo
Dove**

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Klaten, Maret 2021

Pembuat Pernyataan,



Fidella Nala Sani

NIM 14030116140061

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Daya Tarik *Celebrity Endorser* dalam Kampanye #RambutAkuKataAku terhadap Keputusan Pembelian Shampo Dove

Nama Penyusun : Fidella Nala Sani

NIM : 14030116140061

Departemen : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Semarang, Maret 2021

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP
NIP. 19640827 199001 1 001

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol
NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

1. Dra. Hj. Sri Widowati H, MS

()

Dosen Penguji

1. Dr. Sunarto, M.Si

()

2. Much Yuliyanto, S.Sos, M.Si

()

3. Dra. Hj. Sri Widowati H, MS

()

HALAMAN MOTTO

*“There will be times when it becomes tiring, but just bear with it a little, and it
will be over.”*

-Zhang Yixing EXO-

*If you feel so small and lonely
If you ever feel like fallin' down beneath the ground*

Don't ever forget

Live your life

(DAY6 – Live Your Life)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi, penulis mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan demikian, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayah sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua Orang tua saya, Winarno Adiguna dan Dian Sukmawati. Terima kasih atas segala doa, dukungan, semangat dan kesabaran yang tiada henti. Sehat dan bahagia selalu, *I love you* Ibu dan Bapak.
3. Kedua adik saya, Ardian Raka Saputra dan Feyza Aishalyn Puteri. Terima kasih atas doa dan dukungannya. Semoga lancar sekolahnya, Mbak Della sayang kalian.
4. Dr. Drs. Hadi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro beserta jajaran staff FISIP Universitas Diponegoro.
5. Dra. Sri Widowati Herieningsih, MS selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih Bu Heri atas bimbingan, masukan, kesabaran & dukungannya selama masa penyusunan skripsi ini sehingga bisa selesai dengan baik.
6. Dr. Sunarto, M.Si. dan Much Yuliyanto, S.Sos, M.Si. selaku dosen penguji skripsi. Terima kasih Mas Narto dan Mas Yul atas masukan dan bimbingannya hingga skripisi ini dapat selesai dengan baik.
7. Drs. Wiwid Noor Rakhmad, M.Si dan Nuriyatul Lailiyah, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen wali. Terima kasih atas nasehat dan dukungan sejak semester pertama hingga selesainya skripsi ini.
8. Kepada seluruh Dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu-ilmunya kepada saya dan teman-teman selama

masa perkuliahan. Semoga ilmu yang saya dapatkan dapat berguna bagi saya dan sekitar saya.

9. Kuskus Entertainment alias Lucinda Reka Putri, Dwina Sahfitri, Maya Puspa Hapsari, Amrina Rida Hapsari, Lisa Adelin Putri, Bernardine Rosinta dan Nadya Rahma Aulia. Terima kasih sudah menjadi sahabat dan teman seperjuangan di dunia perkuliahan. Pas awal merantau di Semarang tidak kenal siapa-siapa, tidak menyangka akan ketemu kalian yang luar biasa baiknya sama saya. Terima kasih sudah selalu ada buat saya selama di Semarang, menemani serta memberi masukan saya dalam mengerjakan skripsi dan lainnya serta selalu sabar dengan sifat saya. Berkat kalian, saya jadi paham arti bagaimana menjadi lebih dewasa dan bersikap lebih baik. Bersyukur bisa bertemu kalian. Kalian luar biasa bisa melewati dan menyelesaikan skripsi dalam keadaan yang sedang tidak menentu ini. Sukses dan bahagia selalu! *Can't wait for the next trip with all of you guys!*
10. My another best friends. Oryza Sativa alias Ois dan Hazaq Fadil alias Sasa terima kasih sudah selalu menemani dan menyemangatiku mengerjakan skripsi. Semoga cepet dapet kerjaan, sukses ya.
11. Teman-teman Sosial 2 SMA 3 Klaten yang masih selalu menyemangati satu sama lain. Ludfi, Yola, Annisa, Vica, Linda, Lulu dan semuanya. Terima kasih. Sukses untuk kalian.
12. Teman-teman KKN Desa Jambangan. Jethro, Merry, Oliv, Bonita, Ocis, Dewi, Riris, Sihono, Mas Najih dan Tri. Terima kasih sudah mewarnai hari-hariku selama KKN dan setelahnya. Sukses ya!
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016. Terima kasih sudah membantuku dan mewarnai masa perkuliahanku. Maaf tidak bisa kusebutkan satu persatu. Sukses dan bahagia selalu.
14. Mbak Retno, yang selalu memberikan nasihat dan masukan tentang dunia perkuliahan. Terima kasih banyak sudah banyak membantu.
15. Keluarga besar Jarwodisastro khususnya Eyang dan Keluarga besar Sri Jumiati khususnya Mbah uti. Terima kasih untuk doa dan dukungannya yang tiada henti. Della sayang kalian semua.

16. EXO and DAY6, that became my inspirations and motivation. Thank you for your amazing music and talent that helped me finish my minithesis. Hope that I can meet you guys one day.

Klaten, Maret 2021



Fidella Nala Sani
NIM 14030116140061

ABSTRAKS

Judul: Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Daya Tarik Celebrity Endorser dalam Kampanye #RambutAkuKataAku terhadap Keputusan Pembelian Shampo Dove

Saat ini perkembangan shampo di Indonesia semakin beragam dengan banyaknya variasi shampo yang ada dan ditujukan untuk berbagai kalangan. Pasar penjualan shampo di Indonesia terus mengalami perkembangan diiringi dengan munculnya berbagai merek-merek baru serta inovasi-inovasi baru. Untuk tetap meningkatkan serta mempertahankan produk shamponya di pasar Indonesia, Dove mengkomunikasikan shamponya melalui kampanye “Rambut Aku Kata Aku” dengan menggunakan iklan di televisi serta celebrity endorser.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan televisi dan daya tarik celebrity endorser dalam kampanye #RambutAkuKataAku terhadap keputusan pembelian shampo Dove. Teori yang digunakan adalah teori fungsi manajemen, teori strong advertising dan teori respon kognitif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terpaan iklan televisi dan daya tarik celebrity endorser secara bersama-sama berpengaruh sangat signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian shampo Dove. Kemudian berdasarkan hasil analisis selanjutnya terpaan iklan televisi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, begitu juga daya tarik celebrity endorser berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian shampo Dove. Dengan hasil tersebut disarankan menunjukkan produk yang diiklankannya dengan lebih jelas tidak hanya di bagian akhir iklan saja dan juga hendaknya celebrity endorser menjelaskan dengan detail tentang produk yang diiklankannya.

Kata kunci: Terpaan Iklan, Celebrity Endorser, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Title: The Effects of TV Advertisements Exposure and Attractiveness of Celebrity Endorser in #RambutAkuKataAku Campaign on Dove Shampoo Buying Decision

Currently, the development of shampoo in Indonesia is increasingly diverse with a large variety of existing shampoos aimed to various groups. The shampoo sales market in Indonesia continues to develop, accompanied by the emergence of various new brands and new innovations. To keep improving and maintaining their shampoo products in the Indonesian market, Dove communicates their shampoo through the "Rambut Aku Kata Aku" campaign using advertisements on television and celebrity endorsers.

This study aims to determine the effect of television advertisements exposure and the attractiveness of celebrity endorsers in #RambutAkuKataAku campaign on Dove shampoo buying decisions. The theories used are management function theory, strong advertising theory and cognitive response theory. The sampling technique used nonprobability sampling technique with a sample size of 100 people. Tests are carried out using multiple linear regression analysis and simple linear regression. The results of the study indicate that television advertisements exposure and the attractiveness of celebrity endorsers together have a very significant and positive effect on Dove shampoo buying decisions. Then based on the results of further analysis, television advertisements exposure has a positive effect on buying decisions, as well as attractiveness of celebrity endorser has a positive effect on Dove shampoo buying decisions. With these results, it is suggested to show the advertised products more clearly, not only at the end of the advertisement, and also that celebrity endorsers should explain in detail about the advertised products.

Keywords: Ads exposure, Celebrity Endorser, Buying Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Daya Tarik *Celebrity Endorser* dalam Kampanye #RambutAkuKataAku terhadap Keputusan Pembelian Shampo Dove” ini dengan baik. Berangkat dari data Top Brand Award kategori shampo, Dove yang menduduki peringkat kelima dalam dua tahun terakhir, penulis tertarik untuk meneliti apakah terpaan iklan yang dibuat oleh perusahaan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Penulis juga tertarik untuk meneliti tentang daya tarik celebrity endorser yang dipercaya dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk.

Skripsi ini terdiri dari lima bab. Bab pertama menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, landasan teori, hipotesis serta metodologi penelitian. Bab kedua berisi tentang deskripsi obyek penelitian. Kemudian bab tiga terdiri dari deskripsi hasil penelitian. Bab keempat berisi analisis regresi linier sederhana dan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh antar variabel yang telah dirumuskan dalam hipotesis. Dan pada bab terakhir berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi penulisan penelitian kedepannya. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Semarang, Maret 2021

Fidella Nala Sani

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKS	viii
KATA PENGANTAR	x
BAB I.....	16
PENDAHULUAN.....	16
1.1 Latar Belakang.....	16
1.2 Rumusan Masalah.....	23
1.3 Tujuan Penelitian	24
1.4 Manfaat Penelitian	25
1.4.1 Akademis.....	25
1.4.2. Praktis	25
1.4.3 Sosial	25
1.5 Kerangka Teori.....	25
1.5.1 Paradigma Penelitian	25
1.5.2 State Of the Art.....	26
1.5.3 Pendekatan Komunikasi Organisasi.....	27
1.5.4 Terpaan Iklan Televisi	29
1.5.5 Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i>	29
1.5.6 Keputusan Pembelian	30
1.5.7 Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> dalam Kampanye #RambutAkuKataAku terhadap Keputusan Pembelian Shampo Dove 30	
1.5.8 Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dalam Kampanye #RambutAkuKataAku terhadap Keputusan Pembelian Shampo Dove	32
1.5.8 Pengaruh Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> dalam Kampanye #RambutAkuKataAku terhadap Keputusan Pembelian Shampo Dove.....	32
1.6 Hipotesis	33
1.7 Definisi Konseptual.....	34

1.7.1	Terpaan Iklan Televisi	34	
1.7.2	Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i>	34	
1.7.3	Keputusan Pembelian Shampo Dove	34	
1.8	Definisi Operasional	34	
1.8.1	Terpaan Iklan Televisi	34	
1.8.2	Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i>	35	
1.8.3	Keputusan Pembelian Shampo Dove	36	
1.9	Metode Penelitian	36	
1.9.1	Tipe Penelitian.....	36	
1.9.2	Populasi	36	
1.9.3	Sampel.....	36	
1.9.4	Alat dan Teknik Pengumpulan Data	37	
1.9.5	Sumber Data.....	37	
1.9.6	Teknik Pengolahan Data	37	
1.9.7	Teknik Analisis.....	38	
1.9.8	Uji Validitas dan Reabilitas	38	
BAB II.....		40	
IKLAN SHAMPO DOVE DI TELEVISI DAN DAYA TARIK <i>CELEBRITY ENDORSER</i>	40	
2.1.	Iklan Shampo Dove di Televisi	40	
2.2.	Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i>	42	
BAB III.....		45	
TERPAAN IKLAN TELEVISI, DAYA TARIK <i>CELEBRITY ENDORSER</i> DAN	KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO DOVE	45	
3.1	Identitas Responden	45	
3.2	Terpaan Iklan Televisi	46	
3.3	Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i>	50	
3.4	Keputusan Pembelian Shampo Dove	58	
BAB IV		62	
PENGARUH TERPAAN IKLAN TELEVISI DAN DAYA TARIK <i>CELEBRITY</i>	<i>ENDORSER</i> DALAM KAMPANYE #RAMBUTAKUKATAAKU TERHADAP	KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO DOVE	62
4.1	Analisis Regresi Linier Berganda Terpaan Iklan Televisi dan Daya Tarik	<i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian Shampo Dove	63

4.2	Analisis Regresi Linier Sederhana Terpaan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Dove	68
4.3	Analisis Regresi Linier Sederhana Daya Tarik Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Dove	69
4.4	Pembahasan.....	71
BAB V.....		63
PENUTUP		76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN		82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	20
Gambar 1.2	20
Gambar 1.3	23
Gambar 2.1	41
Gambar 2.2	42
Gambar 2.3	42
Gambar 2.4	44
Gambar 2.5	44
Gambar 3.1	45
Gambar 3.2	46
Gambar 3.3	46
Gambar 3.4	47
Gambar 3.5	48
Gambar 3.6	49
Gambar 3.7	50
Gambar 3.8	50
Gambar 3.9	51
Gambar 3.10	52
Gambar 3.11	52
Gambar 3.12	53
Gambar 3.13	53
Gambar 3.14	54
Gambar 3.15	55
Gambar 3.16	55
Gambar 3.17	56
Gambar 3.18	57
Gambar 3.19	58
Gambar 3.20	58
Gambar 3.21	59
Gambar 3.22	59
Gambar 3.23	60
Gambar 3.24	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Produk Shampo Fase 1 2019	17
Tabel 1.2 Top Brand Index Produk Shampo Fase 1 2020	17
Tabel 4. 1 Tabulasi Silang Terpaan Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Shampo Dove	63
Tabel 4. 2 Tabulasi Silang Daya Tarik Celebrity Endorser dan Keputusan Pembelian Shampo Dove	64
Tabel 4. 3 Hasil uji F.....	65
Tabel 4. 4 Hasil uji t.....	65
Tabel 4. 5 Hasil koefisien determinasi	66
Tabel 4. 6 Hasil koefisien regresi linier berganda.....	67
Tabel 4. 7 Hasil ANOVA	68
Tabel 4. 8 Hasil Model Summary	68
Tabel 4. 9 Hasil Koefisien	69
Tabel 4. 10 Tabel 4.10 Hasil ANOVA	70
Tabel 4. 11 Hasil Model Summary	70
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien	71