

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER CRISTIANO
RONALDO PADA IKLAN SHAMPO CLEAR MEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi



Disusun oleh:

AGINDA PURNA RAMADHAN

051603503125069

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2020

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER CRISTIANO
RONALDO PADA IKLAN SHAMPO CLEAR MEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi



Disusun oleh:

AGINDA PURNA RAMADHAN

051603503125069

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2020

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain. Kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 28 Agustus 2020
Yang Membuat Pernyataan



(Aginda Purna Ramadhan)
051603503125069

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Aginda Purna Ramadhan
NIM : 051603503125069
JUDUL : Pengaruh *Celebrity Endorser* Cristiano Ronaldo
Pada Iklan Shampoo *Clear Men* Terhadap Keputusan
Pembelian (Survei Pada Remaja Pria Kampung
Bango Kelurahan Pondok Labu Kecamatan
Cilandak Jakarta Selatan)
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi.

Jakarta, 06 Agustus 2020

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Dr. Radita Gora Tayibnapis S.Sos, M.M)

(Oni Tarsani, S.Sos., M.I.Kom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Sandra Olifia, M.Si)

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M)


FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

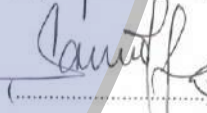
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Aginda Purna Ramadhan
NIM : 051603503125069
JUDUL : Pengaruh *Celebrity Endorser* Cristiano Ronaldo Pada Iklan
Shampo *Clear* Men Terhadap Keputusan Pembelian.
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan

Jakarta, 28 Agustus 2020

Menyetujui,


Ketua Penguji (Oni Tarsani, S.Sos., M.Ikom)


Anggota Penguji 1 (Sandra Olifia, M. Si)


Anggota Penguji 2 (Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM



(Sandra Olifia, M. Si)

Dekan FISIP



(Dr. Radita Gora Tayibnapis S.Sos, M.M)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan berupa kesehatan, kesempatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “PENGARUH CELEBRITY ENDORSER CRISTIANO RONALDO PADA IKLAN SHAMPO CLEAR MEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI PADA REMAJA PRIA KAMPUNG BANGO KELURAHAN PONDOK LABU KECAMATAN CILANDAK JAKARTA SELATAN)”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh sarjana komunikasi Program Studi Ilmu Sosial Ilmu Politik.

Dalam penyusunan ini tidak lupa penulis menghaturkan sujud kepada kedua orang tua saya tercinta, Bapak Sugiarno dan Ibu Endah Catur Rini beserta adik saya Gendhis Saraswati Putunaeny yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dan *support* kepada penulis dan tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada teman-teman kampus yang telah memberikan dorongan moril dan materil, juga dengan segala hormat penulis ucapkan banyak terima kasih kepada Bapak dan Ibu Dosen di Universitas Satya Negara Indonesia sehingga kami dapat menerapkan ilmu yang diberikan.

Penyelesaian penyusunan ini tidak luput dari bantuan dan motivasi dari berbagai pihak, oleh karena itu, izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dra. Merry L. Panjaitan, MM., selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Bapak Dr. Radita Gora Tayibnapis S.Sos, M.M. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Ibu Sandra Olifia, M. Si selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Oni Tarsani, M., Ikom selaku Dosen Pembimbing utama yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan petunjuk, pengetahuan, bimbingan, dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan petunjuk, pengetahuan, bimbingan, dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan di Universitas Satya Negara Indonesia.
7. Terima kasih untuk Teman-teman dari Fisip Universitas Satya Negara Indonesia 2016.
8. Terima kasih juga untuk sahabat-sahabat KOMPAG yang selalu ada disaat susah maupun senang, terima kasih atas supportnya semoga kalian tidak akan pernah lupa dengan persahabatan kita hingga tua nanti.
9. Terimakasih untuk para sahabat saya WRLK & PONG'S *House* atas supportnya.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan penelitian ini. Akhir kata penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa - mahasiswi dan pembaca.

Jakarta, 06 Agustus 2020

Penulis

Aginda Purna Ramadhan



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Aginda Purna Ramadhan

NIM : 051603503125069

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

Pengaruh Celebrity Endorse Cristiano Ronaldo Pada Iklan Shampo Clear Men terhadap Keputusan Pembelian. (Survei Remaja Pria Kampung Bango Kelurahan Pondok Labu Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan).

Jumlah Halaman : xiii + 89 halaman + lampiran

Bibliografi : 15 Buku; 6 Jurnal; 3 Artikel Internet.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh *Celebrity Endorser* Cristiano Ronaldo Pada Iklan *Shampo Clear Men* terhadap Keputusan Pembelian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah kehadiran Cristiano Ronaldo sebagai *Celebrity Endorser* mempengaruhi Keputusan Pembelian *Shampo Clear Men*.

Teori yang digunakan adalah Teori S-O-R *Stimulus, Organism, Respons*. bahwa perubahan sikap individu, pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak, Kemampuan komunikan yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnnya dan menerimannya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif, metode yang digunakan survei dan sifat penelitian eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini remaja pria Kampung Bango Kelurahan Pondok Labu Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan, yaitu sebanyak 78 orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sampel Sensus, dengan responden 78 orang.

Hasil penelitian uji korelasi nilai signifikan 0,000 dan nilai Pearson Corelation 0,734 yang diartikan memiliki tingkat hubungan yang kuat dan signifikan antara variabel X dan variabel Y. Dalam hasil uji regresi linier sederhana diperoleh nilai $Y = 0,493 + 0,392 X$, yang berarti uji regresi nilai X sebesar 0,392. Kemudian dalam hasil uji T diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($9,436 > 1,991$).

Kesimpulan yang dihasilkan dari variabel X dan Variabel Y menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *Celebrity Endorser* Cristiano Ronaldo Pada Iklan *Shampo Clear Men* terhadap Keputusan Pembelian, sehingga memperoleh hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Iklan Televisi, Keputusan Pembelian

Pembimbing I : Oni Tarsani, S.Sos, M.Ikom

Pembimbing II : Dr. Radita Gora Tayibnaxis, S.Sos, M.M

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

NAME : Aginda Purna Ramadhan

NIM : 051603503125069

STUDY PROGRAM : Communication Studies

SPECIALIZATION : Advertising

The Influence of Celebrity Endorse Cristiano Ronaldo on Clear Men Shampoo Advertising on Purchasing Decisions. (Survey of Young Men in Bango Village, Pondok Labu Village, Cilandak District, South Jakarta).

Number of Pages: xiii + 89 pages + attachments

Bibliografi: 15 Books; 6 Journal; 3 Internet Articles.

ABSTRACT

This study discusses the influence of Celebrity Endorser Cristiano Ronaldo on Clear Men Shampoo Advertising on Purchasing Decisions. The purpose of this study was to determine whether the presence of Cristiano Ronaldo as a Celebrity Endorser affects the purchasing decision of Clear Men Shampoo.

The theory used is the theory of S-O-R Stimulus, Organism, Response. that changes in individual attitudes, messages conveyed to the communicant may be accepted or rejected, the ability of the communicant to continue the next process. After the communicant processes it and accepts it, there is a willingness to change attitudes.

This study uses a positivistic paradigm with a quantitative approach, the method used by the survey and the nature of explanatory research. The population in this study were male teenagers in Bango Village, Pondok Labu Village, Cilandak District, South Jakarta, as many as 78 people. The sampling technique used in this study was the Census Sample, with 78 respondents.

The results of the correlation test showed a significant value of 0,000 and a Pearson Correlation value of 0.734 which was interpreted as having a strong and significant relationship between the variable X and the variable Y. In the simple linear regression test results obtained a value of $Y = 0.493 + 0.392 X$, which means a regression test of X value of 0.392. Then in the T test results obtained value of t is greater than t table ($9.436 > 1,991$).

The conclusions generated from variables X and Variable Y indicate that there is a significant influence between the variable Celebrity Endorser Cristiano Ronaldo on Clear Men Shampoo Advertising on Purchase Decisions, so that the hypothesis Ho is rejected and Ha is accepted.

Keywords: *Celebrity Endorser, Television Comercial, Purchase Decision*

Advisor I: *Oni Tarsani, S.Sos, M.Ikom*

Advisor II: *Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M*