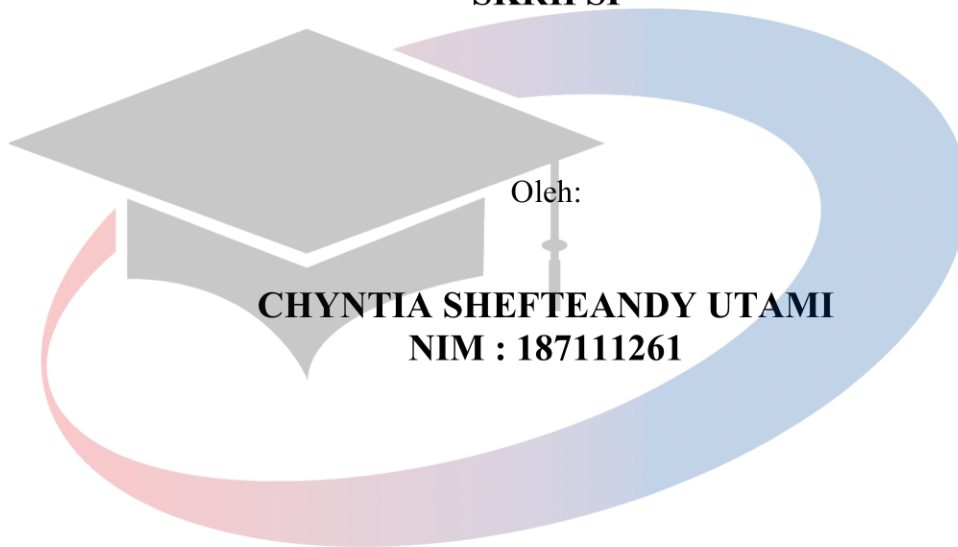


**PENGARUH ENDORSEMENT CELEBRITY INSTAGRAM,  
IKLAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND  
AWARENESS PADA JISU&CO**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

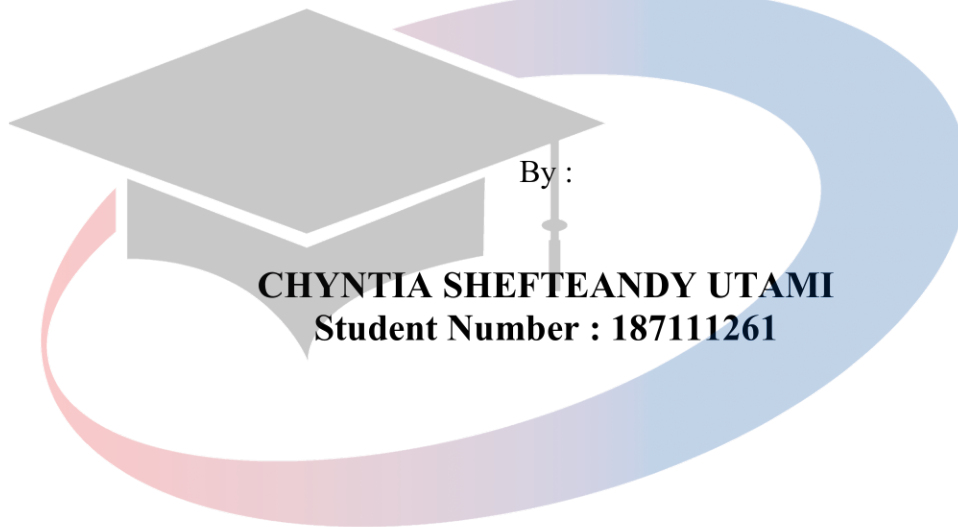
**UNIVERSITAS MIKROSKIL**

**MEDAN**

**2022**

**THE INFLUENCE OF CELEBRITY INSTAGRAM  
ENDORSEMENT, ADVERTISEMENT AND WORD OF MOUTH  
ON BRAND AWARENESS AT JISU&CO**

**FINAL RESEARCH**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT**

**FACULTY OF BUSINESS**

**UNIVERSITAS MIKROSKIL**

**MEDAN**

**2022**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH ENDORSEMENT CELEBRITY INSTAGRAM,  
IKLAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND  
AWARENESS PADA JISU&CO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Medapatkan Gelar Sarjana Sastra Satu  
Program Studi Manajemen

Oleh:

**CHYNTIA SHEFTEANDY UTAMI**  
NIM : 187111261

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

  
William, S.KOM., M.M.

  
Nasruddin Fendi, S.E., M.Si.

Medan, 19 Agustus 2022

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi,

  
UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Chyntia Shefteandy Utami  
NIM : 18.711.1261

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Endorsement Celebrity Instagram*, Iklan dan *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Pada *Jisu&Co*

Sehubungan dengan Tugas Akhir Tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya.** Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya. Dengan hal ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, menglihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasan saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya dimasa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, Juli 2022

Saya yang membuat pernyataan,



(Chyntia Shefteandy Utami)

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *endorsement celebrity Instagram*, iklan dan *word of mouth* terhadap *brand awareness* pada Jisu&Co Medan secara parsial maupun simultan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen pada Jisu&Co medan dengan jumlah sampel 96 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa variabel *endorsement celebrity Instagram*, iklan dan *word of mouth* secara parsial maupun simultan terhadap *brand awareness* pada Jisu&Co Hasil koefisien determinasi adalah 72,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang terdiri dari *endorsement*, iklan, dan *word of mouth* mampu menjelaskan variabel *brand awareness* sebesar 72,3%, sedangkan sisanya 27,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Endorsement, Iklan, Word of Mouth, Brand Awareness*



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## ABSTRACT

The purpose of this study was to know and analyze the effect of *celebrity endorsement Instagram, advertising and word of mouth on brand awareness at Jisu&Co Medan* partially or simultaneously. The population in this study is consumers of Jisu&Co with a sample of 96 respondents. The method of data analysis used *the classical assumption test and multiple linear regression analysis*. Based on the research, it was found that *celebrity endorsement Instagram, advertising and word of mouth* variables are partially or simultaneously affect brand awareness. The result of the coefficient of determination is 72,3%. This shows that the variables *celebrity endorsement Instagram, advertising and word of mouth* are able to explain the *brand awareness* variables by 72,3%, while the remaining 27,7% is explained by other variables not examined in this study.

**Keywords :** *Brand Awareness, Celebrity Instagram Endorsement, Advertisement, Word Of Mouth*



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Endorsement Celebrity Instagram, Iklan dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Pada Jisu&Co” Penulisan ini dilakukan untuk melengkapi persyaratan guna menyelesaikan studi Program Sarjana Sastra Satu Manajemen pada Universitas Mikroskil Medan.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak kendala yang dihadapi penulis, Namun berkat motivasi, bimbingan dan bantuan dari segala pihak, maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak William, S. Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan Wakil Rektor III yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Nasrul Efendi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Dr. Pahala Sirait, S.T., M. Kom., selaku Rektor Universitas Mikroskil.
4. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S. Kom., M.M, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E, M.Si, selaku Dosen Wali yang selalu memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan dukungan selama masa perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Mikroskil yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis.
8. Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan serta bantuan dan doa kepada penulis.

9. Seluruh teman-teman dan sahabat yang telah memberikan dukungan serta bantuan doa kepada penulis.
10. Bapak Vincent selaku founder Jisu&Co Medan yang telah meluangkan waktu membantu dan mengijinkan penulis untuk melakukan penelitian pada Jisu&Co.
11. Seluruh responden dari konsumen Jisu&Co Medan yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan.
12. Pihak-pihak lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan belum dikatakan sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan atas kritikan dan saran dari pembaca untuk penyempurnaan skripsi di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang berkepentingan.

Medan, Juli 2022

Penulis,



Chyntia Shefteandy Utami



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>11</b>
1.1 Latar Belakang.....	11
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	18
1.6 Originalitas Penelitian.....	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>20</b>
2.1 Landasan Teori.....	20
2.1.1 Brand awareness.....	20
2.1.2 Endorsement.....	22
2.1.3 Iklan.....	25
2.1.4 Word of mouth.....	28
2.2 Review Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Konseptual.....	33
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	35
2.4.1 Pengaruh Variabel Endorsement celebrity instagram terhadap Brand awareness.....	35
2.4.2 Pengaruh Variabel Iklan Terhadap <i>Brand awareness</i> .....	35
2.4.3 Pengaruh Word of mouth terhadap Brand awareness.....	36
2.4.4 Pengaruh Endorsement celebrity instagram, Iklan, dan Word of mouth terhadap Brand awareness.....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	38

3.2	Objek Penelitian.....	38
3.3	Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1	Populasi.....	38
3.3.2	Sampel.....	38
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4.2	Observasi.....	40
3.4.3	Interview (Wawancara).....	40
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	40
3.6	Metode Analisis Data.....	42
3.6.1	Analisis Statistika Deskriptif.....	42
3.6.2	Pengujian Kualitas Data.....	43
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik.....	43
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
3.6.5	Uji Hipotesis.....	46
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	48
4.1.1	Sejarah Singkat Jisu&Co.....	48
4.1.2	Penyebaran dan Pengembalian Kuisisioner.....	49
4.1.3	Gambaran Umum Responden.....	49
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif.....	50
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data.....	53
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	54
4.1.7	Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis.....	59
4.2	Pembahasan.....	61
4.2.1	Pengaruh Endorsement Terhadap Brand Awareness.....	61
4.2.2	Pengaruh Iklan Terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	62
4.2.3	Pengaruh Word of Mouth Terhadap Brand Awareness.....	63
4.2.4	Pengaruh Endorsement, Iklan, Word of Mouth Terhadap Brand Awareness.....	64
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>67</b>
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran.....	67

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>69</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>100</b>



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Media sosial yang paling sering digunakan pengguna di Indonesia.....	12
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 4. 1 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas.....	55
Gambar 4. 2 Normal Probability Plot.....	55
Gambar 4. 3 Grafik Scatterplot.....	57



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Jisu&Co Periode Bulan Januari - Juni Tahun 2020.....	14
Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	40
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4. 1 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	50
Tabel 4. 5 Hasil Deskriptif Brand Awareness.....	51
Tabel 4. 6 Hasil Deskriptif Endorsement.....	51
Tabel 4. 7 Hasil Deskriptif Iklan.....	52
Tabel 4. 8 Hasil Deskriptif Word Of Mouth.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y.....	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Pernyataan Variabel X dan Y.....	54
Tabel 4. 11 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	56
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Parsial (Uji-t).....	59
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Simultan (Uji-F).....	60
Tabel 4. 16 Uji Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ).....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	73
Lampiran 3 Hasil pengujian SPSS.....	84
Lampiran 4 Tabel Data Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	94



# UNIVERSITAS MIKROSKIL