

**PENGARUH IDOL KPOP NCT *DREAM* DALAM MENINGKATKAN
MINAT BELI PRODUK MIE INSTAN LEMONILO PADA
MASYARAKAT KELURAHAN SIMPANG SELAYANG
MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi dan memenuhi
syarat-syarat memperoleh gelar sarjana pada
Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu politik

Oleh :

Adinda Zakia
71190612007

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

MEDAN

2023

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH IDOL KPOP NCT *DREAM* DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK MIE INSTAN LEMONILO”** dengan tepat waktu sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana pada fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas sumatera utara.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, penulis menyadari dengan benar dalam tulisan ini belum sepenuhnya sempurna hal tersebut dikarenakan keterbatasan pengetahuan, waktu, kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak sekali dukungan dan bantuan dalam bentuk moral maupun moril dari berbagai pihak sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan optimal. dalam kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dan mendukung, yaitu:

1. Bapak Samsul Bahri Pane, S.Sos,M.AP., selaku dekan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik
2. Ibu Dra. Fauziah Dongoran,MA., selaku ketua prodi ilmu komunikasi universitas islam sumatera utara sekaligus dosen pembimbing akademik

penulis yang telah banyak memberikan saran, bantuan, motivasi, tenaga, waktu dan pikiran kepada penulis.

3. Bapak Zakaria S.Ikom., M.si. selaku dosen pembimbing I yang telah yang telah membantu, memberikan saran, motivasi, tenaga, waktu, pikiran, serta mendengar keluh kesan penulis selama penulisan skripsi
4. Bapak Ridwan Nasution, S.Sos., M.KOM.I. selaku dosen pembimbing II yang telah membantu, memberikan saran, motivasi, tenaga, waktu, pikiran, serta mendengar keluh kesan penulis selama penulisan skripsi.
5. seluruh staf pendidik dan staf pegawai Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik, universitas sumatera utara yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
6. kepada kedua orang tua penulis, Bapak kasman ginting dan Ibunda rosdiyah tarigan yang telah membesarkan, memberikan kasih sayang, semangat, doa, dukungan, mendengarkan keluh kesah dan mendampingi penulis selama ini.
7. seluruh mahasiswa stambuk 2019 prodi ilmu komunikasi FISIP UISU.

Akhir kata, semoga Allah SWT. Memberikan balasan kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi segenap pihak dan aspek dalam mengembangkan disiplin ilmu komunikasi.

Medan, juni 2023

Penulis

Adinda Zakia Ginting
NPM: 71190612007

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

1.2 Perumusan Masalah

1.3 Tujuan Penelitian

1.4 Manfaat Penelitian

1.5 Hipotesa Penelitian

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

1.6.2 Populasi Dan Sampel

1.6.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

1.6.5 Teknik Analisa Data

1.6.6 Tahap Pengolahan Data

1.7 Sistematika Penulisan

BAB II. URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

2.2 Komunikasi Pemasaran

2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran

2.2.2 Bentuk Komunikasi Pemasaran

2.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran

2.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran

2.3 Brand Ambassador

2.3.1 Definisi Brand Ambassador

2.3.2 Karakteristik Brand Ambassador

2.3.3 Peranan Brand Ambassador

2.3.4 Manfaat Brand Ambassador

2.4 Minat Beli

2.4.1 Indikator Minat Beli

2.4.2 Aspek-Aspek Minat Beli

2.4.3 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli

A. Faktor Psikologis

B. Faktor Budaya

C. Faktor Sosial

D. Memori

E. Faktor Pribadi

2.5 Teori S-O-R

2.6

Kerangka

Konsep

2.7 Definisi Operasional

2.8 Penelitian Terdahulu

BAB III. DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

3.1 gambaran umum lokasi penelitian

3.1.1 gambaran umum kelurahan simpang selayang

3.2 struktur organisasi

BAB IV. HASIL PENELITIAN

4.1 Karakteristik Responden

4.2 Uji Validitas

4.3 Uji Reliabilitas

4.4 Uji Normalitas

4.5 uji linearitas

4.6 Uji Linear Sederhana

4.7 Pembahasan

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep

Gambar 3.1 Denah Kelurahan Simpang Selayang

Gambar 3.2 Struktur Organisasi

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.3 Pendidikan Responden

Tabel 4.4 Pembelian Mie Lemonilo

Tabel 4.5 Uji Validitas

Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel X

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Y

Tabel 4.8 Uji Normalitas

Tabel 4.9 Uji Linearitas

Tabel 4.10 Metode Enter

Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.12 Hasil Hipotesis

Tabel 4.13 Model Summary

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Assauri, Sofjan. 2010. Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi.
Jakarta: Raja Grafindo Persada.

A, Shimp. Terence. 2003. Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan
Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5). Jakarta: Erlangga

AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012.Pertimbangan Dalam Membeli
Produk Barang Maupun Jasa. Intidayu Press. Jakarta.

Arikunto, Suhersimi,2006, ed revisi VI, Prosedur penelitian suatu pendekatan
praktek. Jakarta; Renika Cipta.

Cutlip, Scott. M., Center Allen H. & Broom.Glen. M. (2009), Effective Public
Relations, Ed. 9. Jakarta : Kencana

Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Cet. XIV (Bandung: PT.
Remaja Rosdakarya, 2010), h. 68-69

Djarwanto, PS. dan Pangestu Subagyo. 2000. Statistik Induktif. Edisi 4.
Yogyakarta : BPFE.h.114

Duwi Priyatno. (2010). “5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 19”.
Yogyakarta: Andi

Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua
belas, PT. Indeks, Jakarta.

Kriyantono, Rahmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : PT. Kencana Perdana.

Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communication*. USA: Wiley.

Nasution. (1998). Metode penelitian naturalistik kualitatif. Bandung: Tarsito

Royan, Frans M. 2004. Marketing Celebrities. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Schiffman & Kanuk. 2004. Perilaku Konsumen (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Skripsi

Azizah Salma Yovita, Pengaruh Nct Dream Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo .skripsi.surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Internet

https://id.wikipedia.org/wiki/Medan_Tuntungan,_Medan

marketeers.com, diakses 1 Februari 2023, pukul 10.13 WIB kisah-di-balik-lemonilo-gaet-nct-dream-sebagai-brand-ambassador/

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

<https://www.lemonilo.com/p/lemonilo-nct-dream>

lampiran

lampiran 1
 pernyataan kuesioner penelitian

ANGKET KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk pengisian kuesioner

- A. bacalah pertanyaan dengan baik
- B. berikan jawaban dari setiap pertanyaan dengan sebenarnya
- C. pilihlah salah satu pernyataan jawaban kuesioner dengan memberi tanda centang (✓) pada jawaban yang anda pilih, jawabannya hanya boleh satu

Identitas responden

1. nama :
2. jenis kelamin : () laki – laki () perempuan
3. umur :
4. pendidikan :
 - SD / MI
 - SMP / SLTP
 - SMA / SLTA
 - D3 / S1
 - Lainnya
5. apakah pernah membeli mie lemonilo ?
 - Ya
 - Tidak

Kuesioner

1. saudara mengetahui nct dream sebelum menjadi brand ambassador
 - Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - tidak setuju
2. nct dream memiliki popularitas yang tinggi di masyarakat
 - Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju

3. nct dream merupakan penyanyi yang terkenal membintangi banyak iklan produk

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

4. nct dream memiliki kepribadian yang baik

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

5. nct dream memiliki gaya hidup yang sehat

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

6. nct dream dapat dipercaya sebagai brand ambassador

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

7. nct dream mempromosikan mie lemonilo dengan baik

- Sangat setuju
- Setuju
- kurang setuju
- Tidak setuju

8. nct dream memiliki penampilan yang menarik

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

9. nct dream memiliki fisik yang memikat

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

10. nct dream memiliki kharisma yang dapat memikat

- Sangat setuju
- Setuju

- kurang setuju
 - tidak setuju
11. nct dream dikenal memiliki jiwa anak muda
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - tidak setuju
12. gaya bicara nct dream dapat meyakinkan saudara terhadap mie lemonilo
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - tidak setuju
13. nct dream memiliki pengaruh yang besar
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - tidak setuju
14. nct dream mampu membuat konsumen memberikan perhatiannya
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - tidak setuju
15. harga mie lemonilo terjangkau
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - tidak setuju
16. harga lemonilo sesuai dengan kualitas produknya
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - tidak setuju
17. mie lemonilo tidak mengandung penguat rasa, pewarna dan pengawet sehingga lebih sehat
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Kurang setuju
 - tidak setuju

18. saudara merekomendasikan lemonilo kepada orang lain

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- tidak setuju

19. saudara tertarik membeli mie lemonilo setelah melihat orang lain membeli produk mie lemonilo

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- tidak setuju

20. Saudara meyakinkan orang lain bahwa produk mie lemonilo memiliki kualitas yang baik

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- tidak setuju

21. saudara puas dengan produk mie lemonilo

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- tidak setuju

22. mie lemonilo memiliki reputasi yang baik

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- tidak setuju

23. mengkonsumsi mie lemonilo aman bagi kesehatan

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- tidak setuju

24. saudara menjadikan mie lemonilo sebagai pilihan jika ingin mengkonsumsi mie instan sehat

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- tidak setuju

25. saudara tidak pernah kecewa pada produk mie lemonilo

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- tidak setuju

26. saudara selalu membeli mie lemonilo

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- tidak setuju

Lampiran 2

Rekapitulasi hasil kuesioner

No	responden	no item													
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14
1	fatih	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	ica rahmah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	andini dewina	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	hernisa	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	alfito	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
6	azan	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	ilham	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3
8	rina	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3
9	aulia	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
10	salwa	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	putri	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3
12	ryan	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
13	icha	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	Ima	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	Anggi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
16	Zahra	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3
17	Nayla	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3
18	Silvia	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
19	Naya	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
20	Rahman	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
21	Alifa	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3
22	Rina amanda	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
23	Rida	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
24	Dina	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	Nisa	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	Sophia	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3
27	Aura	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4
28	Abdul	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2
29	Sarah	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
30	Tina	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3
31	Nadin	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
32	Fitri	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3

33	Nurul	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3
34	Nurma	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
35	Atun	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3

Rekapitulasi hasil kuesioner

No	responden	No item												
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	
1	fatih	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	ica rahmah	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
3	andini dewina	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
4	hernisa	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
5	alfito	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
6	azan	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
7	ilham	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
8	rina	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3
9	aulia	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2
10	salwa	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	putri	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	ryan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	icha	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
14	Ima	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	Anggi	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
16	Zahra	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3
17	Nayla	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
18	Silvia	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
19	Naya	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4
20	Rahman	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3
21	Alifa	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	Rina amanda	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
23	Rida	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
24	Dina	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
25	Nisa	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3
26	Sophia	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3
27	Aura	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
28	Abdul	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
29	Sarah	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
30	Tina	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3
31	Nadin	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	Fitri	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3

33	Nurul	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	2
34	Nurma	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	Atun	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4

X0 6	Pearson Correlation	.323	.361 ⁺	.313	.133	-.101	1	.367 ⁺	.392 ⁺	.262	.296	.408 ⁺	.292	.274	.175	.464 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.058	.033	.068	.445	.566		.030	.020	.128	.084	.015	.088	.111	.315	.005
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X0 7	Pearson Correlation	.229	.232	.211	.200	.298	.367 ⁺	1	.466 ^{**}	.173	.232	.269	.134	.362 ⁺	-.062	.408 ⁺
	Sig. (2-tailed)	.185	.180	.224	.250	.082	.030		.005	.321	.180	.118	.441	.033	.725	.015
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X0 8	Pearson Correlation	.344 ⁺	.248	.340 ⁺	.213	.181	.392 ⁺	.466 ^{**}	1	.493 ^{**}	.502 ^{**}	.448 ^{**}	.217	.495 ^{**}	.126	.610 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.043	.150	.046	.218	.297	.020	.005		.003	.002	.007	.211	.003	.470	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X0 9	Pearson Correlation	.664 ^{**}	.480 ^{**}	.475 ^{**}	.545 ^{**}	.316	.262	.173	.493 ^{**}	1	.771 ^{**}	.183	.564 ^{**}	.554 ^{**}	.220	.817 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.004	.001	.064	.128	.321	.003		.000	.292	.000	.001	.204	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1 0	Pearson Correlation	.627 ^{**}	.460 ^{**}	.481 ^{**}	.510 ^{**}	.257	.296	.232	.502 ^{**}	.771 ^{**}	1	.408 ⁺	.410 ⁺	.701 ^{**}	.315	.831 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.003	.002	.136	.084	.180	.002	.000		.015	.014	.000	.065	.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1 1	Pearson Correlation	.154	.068	.230	.033	-.123	.408 ⁺	.269	.448 ^{**}	.183	.408 ⁺	1	.065	.384 ⁺	-.086	.356 ⁺
	Sig. (2-tailed)	.377	.698	.184	.852	.481	.015	.118	.007	.292	.015		.710	.023	.624	.036

Lampiran 5

Hasil output uji reliabilitas

Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.883	14

Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.846	12

Lampiran 6

Hasil output uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.36164803
Most Extreme Differences	Absolute	.132
	Positive	.132
	Negative	-.090
Test Statistic		.132
Asymp. Sig. (2-tailed)		.125 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

