



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

(Studi NCT 127 Pada Iklan Nu Green Tea di Twitter)

SKRIPSI

Sitta Fauziah

2017041031

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA
TANGERANG SELATAN
2021

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

(Studi NCT 127 Pada Iklan Nu Green Tea di Twitter)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana
dalam Bidang Ilmu Komunikasi pada Fakultas Humaniora dan Bisnis,
Universitas Pembangunan Jaya

Sitta Fauziah

2017041031

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA
TANGERANG SELATAN

2021

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi NCT 127 Pada Iklan Nu Green Tea di Twitter)

O l e h

Nama : Sitta Fauziah

NIM : 2017041031

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Humaniora dan Bisnis, Universitas Pembangunan Jaya.

Tangerang Selatan, 3 Juni 2021

Menyetujui:

Pembimbing Utama



(Dr. Sri Wijayanti, M.Si)

NIP. 08.0719.019

Kepala Program Studi



(Naurissa Biasini, S.Si, M.I.Kom)

NIP. 08.0118.003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi NCT 127 Pada Iklan Nu Green Tea di Twitter)**

SKRIPSI

Oleh :

Sitta Fauziah
2017041031

Telah dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana
Pada Hari/Tanggal : 8 Juni 2021

	Tanda Tangan	Tanggal
Pembimbing Utama: <u>Dr. Sri Wijayanti, M.Si</u> NIP. 08.0719.019		<u>17/06/21</u>
Dosen Penguji: <u>Naurissa Biasini, S.Si, M.I.Kom</u> NIP. 08.0118.003		<u>21/06/21</u>
<u>Isti Purwi Tyas Utami, S.Sos, M.I.Kom</u> NIP. 08.0120.007		<u>18 Juni 2021</u>

Mengetahui:

Kepala Program Studi

Dekan Fakultas Humaniora dan Bisnis



Naurissa Biasini, S.Si, M.I.Kom
NIP. 08.0118.003
Tanggal : 21 Juni 2021



Clara Evi C. Citraningtyas, Dra., M.A., Ph.D.
NIP. 08.0920.027
Tanggal : 18 Juni 2021

21/06/21

**SURAT PERNYATAAN
MENGENAI ORIGINALITAS SKRIPSI, KESEDIAAN PUBLIKASI
DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Saya mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Sitta Fauziah
NIM : 2017041031
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa hasil Skripsi saya yang berjudul: Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi (Studi NCT 127 Pada Iklan Nu Green Tea di Twitter)

1. Adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa Skripsi ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan kelulusan dan atau pencabutan gelar Sarjana yang saya peroleh.
2. Adalah benar karya saya dengan arahan dari Tim pembimbing dan belum pernah diajukan dalam bentuk apapun kepada Perguruan Tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir Skripsi ini. Dengan ini saya melimpahkan Hak Cipta dari Skripsi saya kepada Universitas Pembangunan Jaya dan memberikan hak pada Universitas Pembangunan Jaya untuk mempublikasikan Skripsi saya baik secara daring (*online*) ataupun cetak.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang Selatan, 4 Juni 2021

Peneliti,



Nama : Sitta Fauziah
NIM : 2017041031

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-NYA lah penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi dengan judul : **“PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi NCT 127 Pada Iklan Nu Green Tea di Twitter)”** ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Humaniora dan Bisnis, Universitas Pembangunan Jaya, Tangerang Selatan.

Skripsi ini dibuat dengan berbagai observasi serta beberapa bantuan dari berbagai pihak untuk membantu menyelesaikan tantangan dan hambatan selama mengerjakan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Bapak Ir. Edmund Sutisna, MBA. Selaku Presiden Universitas Pembangunan Jaya.
2. Ibu Leenawaty Limantara, Ph.D. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Jaya
3. Ibu Clara Selaku Dekan Fakultas Humaniora dan Bisnis.
4. Ibu Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Sriwijayanti, S.Sos., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Utama Skripsi.
6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membekali penulis selama proses belajar mengajar serta penulisan skripsi.
7. Ayah, Ibu, Dylan, serta keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan serta doa.
8. Erska, Kak Dea, Echa, Fina yang selalu memberikan dukungan serta doa.
9. Rania, Khansa, Ica, Qurin, Nazla, Nada, Nisa, dan Sasa yang telah memberikan dukungan serta doa.
10. NCT 127 yang telah menginspirasi penelitian ini serta NCTZen Indonesia yang telah membantu dalam pengisian kuesioner penelitian ini.
11. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 dan semua pihak yang telah memberikan bantuan serta dukungan untuk penyusunan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik serta saran dari pembaca sangat bermanfaat dan kami harapkan untuk penyempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Tangerang Selatan, 4 Januari 2021
Penulis