

**ANALISIS FAKTOR PENGUSAHA KULINER MENGGUNAKAN JASA
IKLAN INSTAGRAM “JAKUL SEMARANG” SEBAGAI ENDORSER
SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan

Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



Disusun oleh:

Amanda Ayu Dany

NIM: 12.30.0248

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2016

**ANALISIS FAKTOR PENGUSAHA KULINER MENGGUNAKAN JASA
IKLAN INSTAGRAM “JAKUL SEMARANG” SEBAGAI ENDORSER
SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan

Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



Disusun oleh:

Amanda Ayu Dany

NIM: 12.30.0248

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Amanda Ayu Dany
Nomor Induk Mahasiswa : 12.30.0248
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : ANALISIS FAKTOR PENGUSAHA KULINER
MENGUNAKAN JASA IKLAN INSTAGRAM
“JAKUL SEMARANG” SEBAGAI ENDORSER



Menyetujui,
Semarang, 26 oktober 2016
Dosen Pembimbing

Sentot Suciarto, A., Ph.D.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI DENGAN JUDUL:

**Analisis Faktor Pengusaha Kuliner Menggunakan Jasa Iklan Instagram
“Jakul Semarang” Sebagai Endorser**

Disusun oleh:

Nama : Amanda Ayu Dany

NIM : 12.30.0248

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada tanggal 26 Oktober 2016.

Tim Penguji

Penguji 1

Penguji 2

Penguji 3

Drs. R. Bowo Harchayo,
MBA.

A. Haryo Perwito,SE.
MA-TRM.

Sentot Suciarto A,
Ph.D.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata

Sentot Suciarto A., Ph.D.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa
skripsi dengan judul:

Analisis Faktor Pengusaha Kuliner Menggunakan Jasa Iklan Instagram

“Jakul Semarang” Sebagai Endorser

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, saya tidak memplagiasi karya orang lain yang seolah-olah saya akui sebagai karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan hal tersebut, saya bersedia bertanggung jawab dan memenuhi sanksi yang diberikan Universitas Katolik Soegijapranata maupun Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 26 Oktober 2016

Penulis,

Amanda Ayu Dany

HALAMAN MOTTO

“Sebab Allah memberikan kepada kita bukan roh ketakutan, melainkan roh yang membangkitkan kekuatan, kasih dan ketertiban”

-2 Tim 1: 7-



ABSTRAK

Pengusaha kuliner menggunakan jasa iklan instagram “Jakul Semarang” sebagai endorser. Dipilih sampel untuk penelitian ini berjumlah 65 responden dengan purposive sampling. Berdasarkan analisis faktor didapat beberapa factor yang mendorong para pengusaha di kota Semarang untuk melakukan promosi di Jakul Semarang, yaitu faktor kredibilitas akun endorser, faktor karakteristik endorser, faktor gambar produk yang disukai *follower*, dan faktor efektivitas endorser. Faktor kredibilitas akun endorser menjadi faktor yang paling dominan dalam mendorong para pengusaha di kota Semarang untuk melakukan promosi di akun instagram Jakul Semarang. Faktor tersebut terdiri dari 4 (empat) variabel, yaitu kepercayaan terhadap jumlah *followers* dan *likers*, *hashtag* yang mudah dikenali, kemudahan kinerja endorser, dan variable jumlah *liker* di setiap gambar.

Kata Kunci: kredibilitas akun endorser, karakteristik endorser, efektifitas endorser, follower instagram.

ABSTRACT

Culinary Businessmen used instagram advertising agency service Jakul Semarang as endorser of their products. Sample size taken was 65 respondents by purposive sampling. Based on factor analysis output, there were several factors supporting businessmen in Semarang City to promote in Jakul Semarang Instagram, including credibility of endorser account, endorser characteristics factor, followers' liked pictures of product factor, and endorser effectivity factor. Endorser account credibility factor was the dominant factor in affecting businessmen in Semarang City to promote in instagram account Jakul Semarang. This factor consisted of 4 variables namely credibility of likers and followers number, easily known hashtag, endorser performance, and likers' number on every picture loaded.

Keywords: endorser account credibility, endorser characteristics, endorser effectivity, instagram follower.

KATA PENGANTAR

Penulis sangat berterimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **Analisis Faktor Pengusaha Kuliner Menggunakan Jasa Iklan Instagram “Jakul Semarang” Sebagai Endorser**. Penyusunan skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Dalam menyusun skripsi ini penulis mengalami banyak kesulitan, tetapi dikarenakan ada doa, dan bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini:

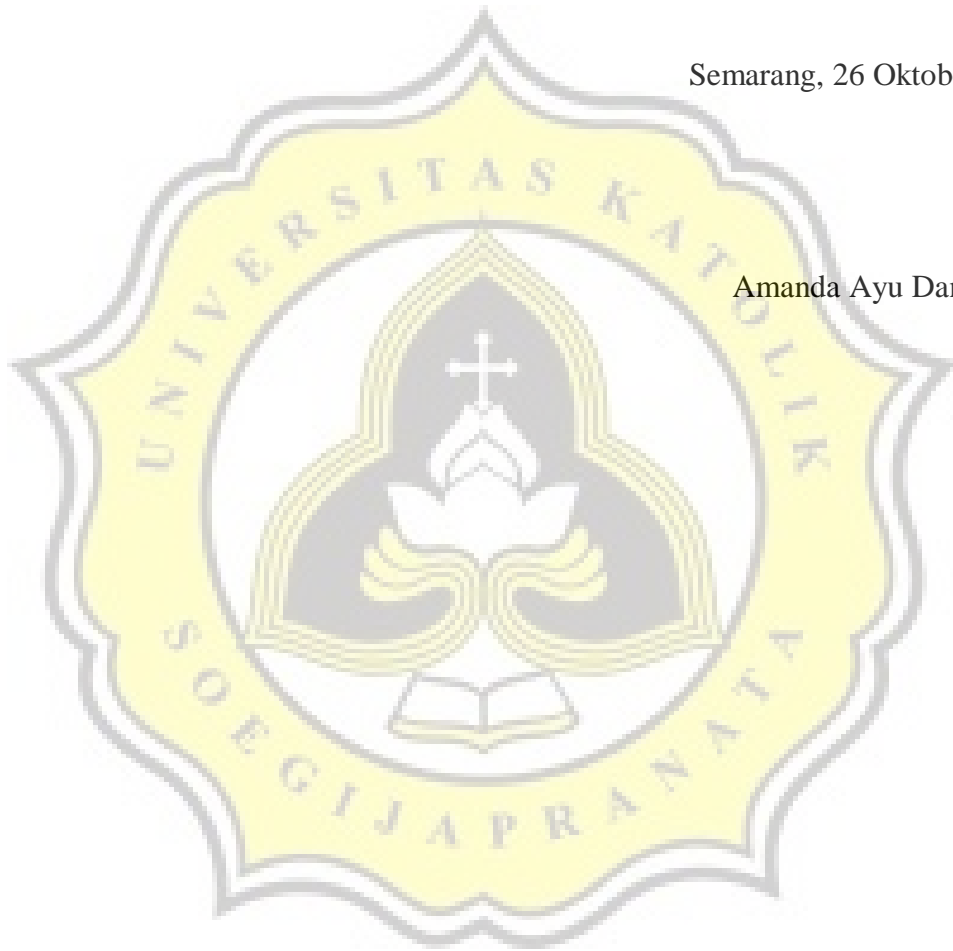
1. Kepada Papa Hirmag Mart Dany, Mama Brigitta Alit S., Adelin Natasha D., Vanessa Angelia D., Zozo, Chika, Steven, Lele yang penulis sayangi yang selalu menemani, memberikan semangat, nasehat, doa yang sangat berguna bagi kelancaran penulisan skripsi ini.
2. Kepada Bapak Sentot Suciarto A., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soeapgijanata dan juga selaku dosen pembimbing yang saya hormati dan telah memberikan waktu, memberikan ilmu, masukan, arahan dan saran sangat berguna bagi penulisan skripsi ini.

3. Kepada Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo. MBA dan Bapak A. Haryo Perwito, SE. MA-TRM selaku penguji yang telah memberikan waktu, masukan, kritik dan saran yang banyak membantu untuk penulisan skripsi ini.
4. Kepada seluruh dosen manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata yang telah memberi kan ilmu sebagai bekal untuk kehidupan dan penyelesaian skripsi ini.
5. Kepada mba Tika, dan Elrizkha selaku owner serta admin dari Jakul Semarang yang telah mengizinkan dan membantu saya dalam melakukan penelitian terhadap Jakul Semarang.
6. Kepada sahabat-sahabat penulis Joseph I, Upan, Rani, Indi, Vany, Wulan yang telah membantu dan menemani, mendoakan, dan menghibur penulis.
7. Kepada seluruh responden yang terhormat yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada teman-teman pemasaran 2012 yang selalu memberi semangat, saran dan kritikan yang sangat berguna bagi penulis.
9. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, terimakasih atas bantuan dalam bentuk apapun yang sangat berguna bagi penyelesaian skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis sangat berharap dan berterimakasih atas kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini berguna bagi kemajuan bangsa, pembaca dan berguna bagi penulis. Terimakasih

Semarang, 26 Oktober 2016

Amanda Ayu Dany



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	9
1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	10
BAB 2 LANDASAN TEORI	11
2.1 KOMUNIKASI PEMASARAN	11
2.2 BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX).....	11
2.2.1 Produk (Product)	13
2.2.2 Harga (Price)	13
2.2.3 Promosi (Promotion)	14

2.2.4 Tempat (Place)	14
2.2.5 Orang (People)	14
2.2.6 Physical Evidence.....	14
2.2.7 Proses(Process).....	15
2.3 PERIKLANAN	15
2.3.1 Fungsi-fungsi periklanan	15
2.3.2 Tujuan iklan	18
2.3.2 Periklanan Online	18
2.4 MEDIA SOSIAL.....	19
2.4.1 Instagram.....	20
2.4.2 Facebook.....	21
2.4.2 Twitter.....	21
2.5 ENDORSER	21
2.6 E-COMMERCE	23
2.7 KERANGKA PIKIR	24
2.8 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	28
3.1 OBYEK PENELITIAN	28
3.2 POPULASI dan SAMPLING PENELITIAN	28
3.3 JENIS dan SUMBER DATA.....	29
3.4 TEKNIK dan PENGUMPULAN DATA	30
3.5 UJI VALIDITAS dan RELIABILITAS	30
3.5.1 Uji validitas	30
3.5.2 Uji reliabilitas	32
3.6 METODE ANALISIS DATA.....	34
3.6.1 Analisis deskriptif.....	34
3.6.2 Analisis Faktor	36
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Deskripsi Responden	39
4.1.1 Usia Responden.....	39
4.1.2 Jenis Kelamin Responden	40

4.1.3 Produk yang Dipromosikan	40
4.1.4 Frekuensi Promosi dan Promosi Terakhir Responden	41
4.1.5 Efektivitas Promosi dan Produk yang Dipromosikan.....	42
4.1.6 Kekurangan di Jakul Semarang.....	43
4.1.7 Biaya Promosi	44
4.1.8 Akun Foodstagram Selain Jakul Semarang	44
4.1.9 Alasan Memilih Jakul Semarang.....	46
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	47
4.3 Analisis Faktor	52
4.3.1 KMO and Barletts Test.....	52
4.3.2 Anti Image Correlation	53
4.3.3 Communalities	55
4.3.4 Total Variance Explained	56
4.3.5 Scree Plot	57
4.3.6 Component Matrix.....	59
4.3.7 Rotated Component Matrix.....	60
4.3.8 Penamaan Faktor	62
4.4 Implikasi manajerial	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	72
DAFTAR LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna Internet di Indonesia berdasarkan Usia Tahun 2014.....	4
Tabel 1.2 Hasil Prasurvey	8
Tabel 2.1 Variabel 7p Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam jasa.....	12
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas	32
Tabel 3.2 Hasil Uji Realibilitas	33
Tabel 3.3 Kategori rentang skala.....	35
Tabel 4.1 Usia Responden.....	39
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 4.3 Produk yang Dipromosikan	41
Tabel 4.4 Tabulasi Silang Frekuensi Promosi Responden dengan Promosis Terakhir yang Dilakukan Oleh Responden	42
Tabel 4.5 Tabulasi Silang Efektivitas Promosi Di Akun Jakul Semarang dengan Produk Makanan yang Dipromosikan	43
Tabel 4.6 Kekurangan di Jakul Semarang.....	44
Tabel 4.7 Biaya Promosi.....	44
Tabel 4.8 Akun Endorser Foodstagram Selain Jakul Semarang	44
Tabel 4.9 Alasan Memilih Jakul Semarang Sebagai Endorser	46
Tabel 4.10 Analisis Statistik Deskriptif	48
Tabel 4.11 KMO & Barletts Test	53
Tabel 4.12 Anti Image Correlation.....	54
Tabel 4.13 Communalities	55

Tabel 4.14 Total Variance Explained	57
Tabel 4.15 Component Matrix	59
Tabel 4.16 Rotated Component Matrix.....	60
Tabel 4.17 Penamaan Faktor	62



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Survey kegiatan pengguna Internet di Indonesia (%)	2
---	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pikir.....	24
Gambar 4.1 Scree plot.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian	74
Hasil uji dengan SPSS.....	79
1. Uji Validitas.....	79
2. Uji Reliabilitas	81
3. Analisis Statistik Deskripsi.....	82
4. Analisis Faktor.....	82

