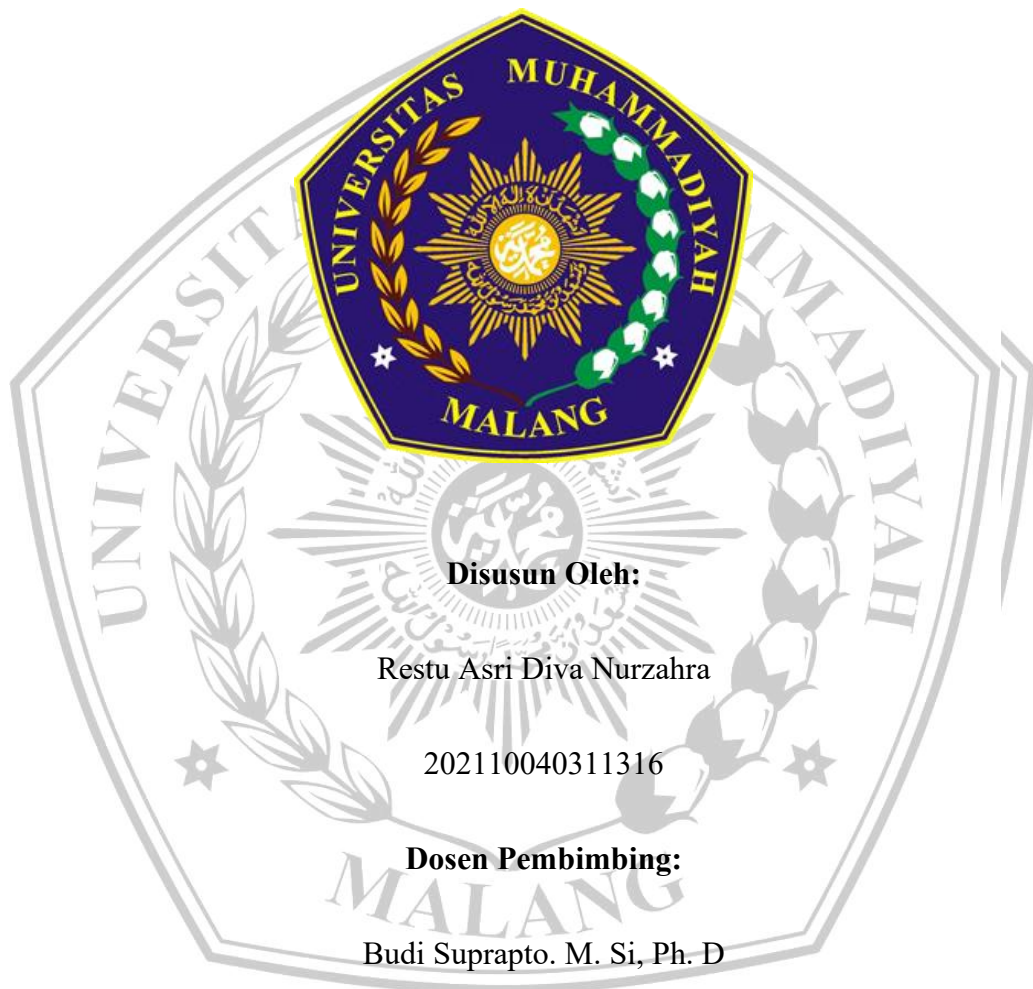


202110040311316
Restu Asri Diva Nurzahra
Prodi Ilmu Komunikasi

**PENGARUH TERPAAN IKLAN DAN BRAND AMBASSADOR MAUDY
AYUNDA DI TIKTOK TERHADAP FREKUENSI PEMBELIAN SUSU
NABATI OATSIDE**

(Studi Pada Followers Instagram @MaudyAyunda)



Disusun Oleh:

Restu Asri Diva Nurzahra

202110040311316

Dosen Pembimbing:

Budi Suprpto. M. Si, Ph. D

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

202110040311316
Restu Asri Diva Nurzahra
Prodi Ilmu Komunikasi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH TERPAAN IKLAN DAN BRAND AMBASSADOR MAUDY
AYUNDA DI TIKTOK TERHADAP FREKUENSI PEMBELIAN SUSU NABATI
OATSIDE
(Studi Pada Followers Instagram @MaudyAyunda)

Diajukan Oleh :

RESTU ASRI DIVA NURZAHRA
202110040311316

Telah disetujui
Rabu / 3 Desember 2025

Pembimbing I



Budi Suprpto, M.Si, Ph.D

Wakil Dekan I



Dr. Joko Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

RESTU ASRI DIVA NURZAHRA
202110040311316

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 3 Desember 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Aditya Dwi Putra Bakti, S.Sn, M.Med.Kom ()
2. Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si ()
3. Budi Suprpto. M.Si, Ph.D ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Deo Susilo, M.Si.

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/

/FISIP-UMM/XI/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Restu Asri Diva Nurzahra
No. Induk Mahasiswa : 202110040311316
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan dan *Brand Ambassador* Maudy Ayunda di TikTok Terhadap Frekuensi Pembelian Susu Nabati Oatside (Studi Pada *Followers* Instagram @MaudyAyunda)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 17 November 2025

Dosen Pembimbing

Budi Suprpto, M. Si, Ph. D



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435






Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 562 060







Kampus III

Jl. Raya Tibomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id


SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN	
	Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XI/2025	
 	Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:	
	Nama	: Restu Asri Diva Nurzahra
	No. Induk Mahasiswa	: 202110040311316
	Program Studi	: Ilmu Komunikasi
	Judul Skripsi	: Pengaruh Terpaan Iklan dan <i>Brand Ambassador</i> Maudy Ayunda di TikTok Terhadap Frekuensi Pembelian Susu Nabati Oatside (Studi Pada <i>Followers</i> Instagram @MaudyAyunda)
	Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji . Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih	
	Malang, 17 November 2025	
	Dosen Pembimbing	
		
	Budi Suprpto, M. Si, Ph. D	
	Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 531 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 140 (Hunting) F: +62 341 582 000
	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id	




LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	Lembar Persetujuan Skripsi			
	Nama : Restu Asri Diva Nurzahra			
	NIM : 202110040311316			
	Jurusan : Ilmu Komunikasi			
	Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik			
	Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan dan <i>Brand Ambassador</i> Maudy Ayunda di TikTok Terhadap Frekuensi Pembelian Susu Nabati Oatside (Studi Pada <i>Followers</i> Instagram @MaudyAyunda)			
	Disetujui, Pembimbing			
	 Budi Suprpto, M.Si, Ph.D			
	Mengetahui, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi			
	 Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.si			
 AN-PA AN-PP AN-PT STARS	<table><tr><td>Kampus I Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435</td><td>Kampus II Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 140 (Hunting) F: +62 341 562 060</td><td>Kampus III Jl. Rayn Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 140 (Hunting) F: +62 341 562 060	Kampus III Jl. Rayn Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 140 (Hunting) F: +62 341 562 060	Kampus III Jl. Rayn Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@umm.ac.id		

SURAT PERNYATAAN KARYA ASLI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini:


Nama : Restu Asri Diva Nurzahra
NIM : 202110040311316
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul:
Pengaruh Terpaan Iklan dan *Brand Ambassador* Maudy Ayunda di TikTok Terhadap Frekuensi Pembelian Susu Nabati Outside (Studi Pada *Followers* Instagram @MaudyAyunda) adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 17 November 2025
Yang Menyatakan,




Restu Asri Diva Nurzahra



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Dendurungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlopmas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

 PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29
TENTANG
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:*)

Oleh:

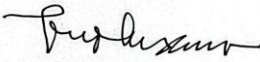
Nama : Restu Asri Diva Nurzahra
NIM : 202110040311316

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi


Menyetujui,

Malang, 17 November 2025

Pembimbing I/Promotor



Budi Suprpto, M.Si, Ph.D
NIP. 10387090041

(*) Coret yang tidak perlu



<p>Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435</p>	<p>Kampus II Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 149 (Hunting) F: +62 341 582 060</p>	<p>Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 318 (Hunting) F: +62 341 460 435 E: webmaster@urmm.ac.id</p>
--	--	---

HASIL CEK PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Restu Asri Diva Nurzahra
NIM : 2021 - 316


Hasil Plagiasi : 31/10 1/11 25 3/11 25 6/11 25

BAB I	7			
BAB II	6			
BAB III	25	25	25	16

BAB IV

13			
24	19		

BAB V
BAB VI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Malang, 6 November 2021
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi Prodi,

M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Restu Asri Diva Nurzahra
NIM : 202110040311316
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Penelitian : Pengaruh Terpaan Iklan dan *Brand Ambassador* Maudy Ayunda di *TikTok* Terhadap Frekuensi Pembelian Susu Nabati Oatside (Studi Pada *Followers Instagram @MaudyAyunda*)

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Tanda Tangan
15/03/24	Kelas bimbingan pertama seminar proposal	
29/05/24	Seminar Proposal	
30/11/24	Bimbingan revisi BAB 1 dan 3	
10/05/24	ACC BAB 1 dan 3	
22/05/24	ACC pergantian judul penelitian Pengaruh Terpaan Iklan dan <i>Brand Ambassador</i> Maudy Ayunda di <i>TikTok</i> Terhadap Frekuensi Pembelian Susu Nabati Oatside (Studi Pada <i>Followers Instagram @MaudyAyunda</i>)	
27/05/25	Bimbingan revisi kuesioner	
03/09/25	ACC BAB 4 dan 5	
18/09/25	Seminar Hasil	

Malang, 05 November 2025
Dosen Pembimbing,

Budi Suprpto, M.Si, Ph.D



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 459 425
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Kamis, 18 September 2025

Pukul 19.00

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Restu Asri Diva Nurzahra
NIM	202110040311316
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi (Public Relation)
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Pengaruh Terpaan Iklan dan <i>Brand Ambassador</i> Maudy Ayunda di <i>TikTok</i> Terhadap Frekuensi Pembelian Susu Nabati Outside (Studi Pada <i>Followers Instagram @MaudyAyunda</i>)

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji

3. Dosen Pembimbing ; Budi Suprpto, M.Si, Ph.D
4. Dosen Penguji : Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn, M.Med.Kom

Dan sejumlah 16 mahasiswa (daftar hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan

LULUS / TIDAK LULUS

Malang, 05 November 2025

Dosen Pembimbing,

Dosen Penguji,

Budi Suprpto, M.Si, Ph.D

Aditya Dwi Putra Bhakti,
S.Sn, M.Med.Kom

Mengetahui,

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL

No.	Nama	NIM	Program Studi
1.	Zahda Aulia Efendi	202110040311281	Ilmu Komunikasi
2.	Shera Yasmien Tyaning Tyas	202110170311026	Akuntansi
3.	Lollyta Anjanarko	202110040311277	Ilmu Komunikasi
4.	Isnaini Lubanah Nur Mufidah	202110040311282	Ilmu Komunikasi
5.	Arianna Febriani Lidindawati	2110812220027	Arsitektur
6.	Putri Nurkhozifah	044639801	Administrasi Negara
7.	Shafa Tania Kamilah	202110040311306	Ilmu Komunikasi
8.	Arrafi Dwi Lesmana	202110040311473	Ilmu Komunikasi
9.	M Sauqi Afandi	202110040311476	Ilmu Komunikasi
10.	Meilinda Yunita Sari	202110040311462	Ilmu Komunikasi
11.	Adam Syaidinna Pasha	202110040311445	Ilmu Komunikasi
12.	Rama Eka Syandana	202110040311466	Ilmu Komunikasi
13.	Candra Sukma Aji	202110040311448	Ilmu Komunikasi
15.	Zaid Hawari	202110040311453	Ilmu Komunikasi
16.	Dieva Rahmadhani	202110040311456	Ilmu Komunikasi

Malang, 17 November 2025
Dosen Pembimbing,

Dr. Budi Suprpto, M. Si, Ph. D



Kampus I
Jl. Bawakuning I Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 252 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Beresngan, Sutani No. 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No.240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 310 (Hunting)
F: +62 341 469 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK


ABSTRAK

Restu Asri Diva Nurzahra. 202110040311316. Pengaruh Terpaan Iklan Dan *Brand Ambassador* Maudy Ayunda di *TikTok* Terhadap Frekuensi Pembelian Susu Nabati Oatside (Studi Pada *Followers Instagram @MaudyAyunda*). Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan dan brand ambassador Maudy Ayunda melalui *TikTok* terhadap frekuensi pembelian susu nabati Oatside pada followers *Instagram @MaudyAyunda*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuisioner kepada 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, terpaan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi pembelian dengan nilai t hitung $4,754 > t$ tabel $1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Demikian pula, variabel brand ambassador Maudy Ayunda juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung $4,126 > t$ tabel $1,984$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, kedua variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap frekuensi pembelian dengan nilai F hitung $37,519 > F$ tabel $3,090$ dan nilai signifikansi $0,000$. Koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,436$ menunjukkan bahwa $43,6\%$ variasi frekuensi pembelian dijelaskan oleh kedua variabel independen, sedangkan $56,4\%$ dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Penelitian ini menyarankan agar pemasar lebih mengoptimalkan konten iklan di media sosial serta memilih brand ambassador yang memiliki citra positif dan relevan dengan nilai produk untuk meningkatkan efektivitas pemasaran.

Kata Kunci: Terpaan Iklan, Brand Ambassador, *TikTok*, Frekuensi Pembelian, Teori AIDDA, Oatside.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing


Budi Suprpto, M. Si, Ph. D

Malang, 17 November 2025

Peneliti


Restu Asri Diva Nurzahra

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, taufik, dan hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan dan *Brand Ambassador* Maudy Ayunda di TikTok Terhadap Frekuensi Pembelian Susu Nabati Oatside (Studi Pada *Followers* Instagram @MaudyAyunda)” ini dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menghadapi berbagai tantangan, namun berkat bantuan, bimbingan, doa, serta dukungan dari orang-orang terdekat yang penulis sayangi. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan apresiasi yang mendalam kepada orang-orang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Pertama-tama tentunya peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini, serta menguatkan hati penulis disaat dalam keadaan terpuruk.
2. Teruntuk diri sendiri, penulis berterimakasih sebesar-besarnya karena telah berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini tanpa ada kata putus asa. Walaupun proses yang dijalankan tidaklah mudah, apresiasi sebesar-besarnya karena sudah berusaha melawan rasa malas, *mood* penulis yang dengan mudah berubah, dan rasa ngantuk penulis yang selalu muncul disetiap mengerjakan skripsi. Seperti kata Miley Cyrus, “*There’s always gonna be another mountain, I’m always gonna wanna make it move*”. Disetiap proses selalu ada tantangan, tetapi semangat dari dalam diri tidak boleh hilang.

3. Keluarga penulis, Bapak Bayu Restuwono, Ibu Dina Supto Rini, dan Adik Restu Dhika Damar Nurcahya. Terima kasih untuk semua dukungan, doa, dan selalu memberikan bimbingan dengan penuh kasih sayang yang tak terbatas kepada penulis. Sehat selalu Bapak, Ibu dan Adik.
4. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Bapak Budi Suprpto, M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, saran, serta sabar membimbing peneliti untuk proses penyelesaian skripsi.
8. Kepada sahabat penulis: Shera Yasmien Tyaning Tyas dan Safira Andiana Alfareza Rezkinta, terima kasih sudah selalu ada buat penulis, membantu penulis disaat laptop penulis rusak, sudah menjadi *support system* terbaik selama ini, sudah menjadi tempat untuk berkeluh kesah, dan terima kasih karena kalian tidak bosan dengan semua keluhan yang penulis tumpahkan ke kalian. Walaupun kita beda pulau, semoga kita tetap jadi *best friends forever* dan dapat bertemu kembali. *See you on top.*
9. Kepada sahabat kuliah penulis: Shafa Tania Kamilah, Zahda Aulia Efendi, Lollyta Anjanarko, dan Isnaini Lubanah Nur Mufidah, terima kasih sudah menemani penulis selama masa perkuliahan, memberikan dukungan, menghibur, dan sabar kepada penulis. Setiap pertemuan pasti ada perpisahan, meskipun kita tidak satu kota lagi, semoga kita semua selalu berteman dan dapat bertemu lagi. Sukses buat kalian semua.
10. Terakhir, kepada *partner freelance crochet* penulis, Kak Ihda Amalia yang sudah penulis anggap sebagai Kakak sendiri, terima kasih banyak atas dukungan yang diberikan kepada penulis, selalu membelikan makanan dan minuman kepada penulis disaat sedang tidak baik-baik saja, selalu menjadi pendengar yang baik, dan selalu memberikan keringanan pekerjaan kepada

202110040311316
Restu Asri Diva Nurzahra
Prodi Ilmu Komunikasi

penulis disaat sedang mengerjakan skripsi. Sekali lagi penulis ucapkan terima kasih, sukses terus untuk *so.gudthings* dan *tutri.crafts*.



Malang, 17 November 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Restu Asri Diva Nurzahra".

Restu Asi Diva Nurzahra

DAFTAR ISI

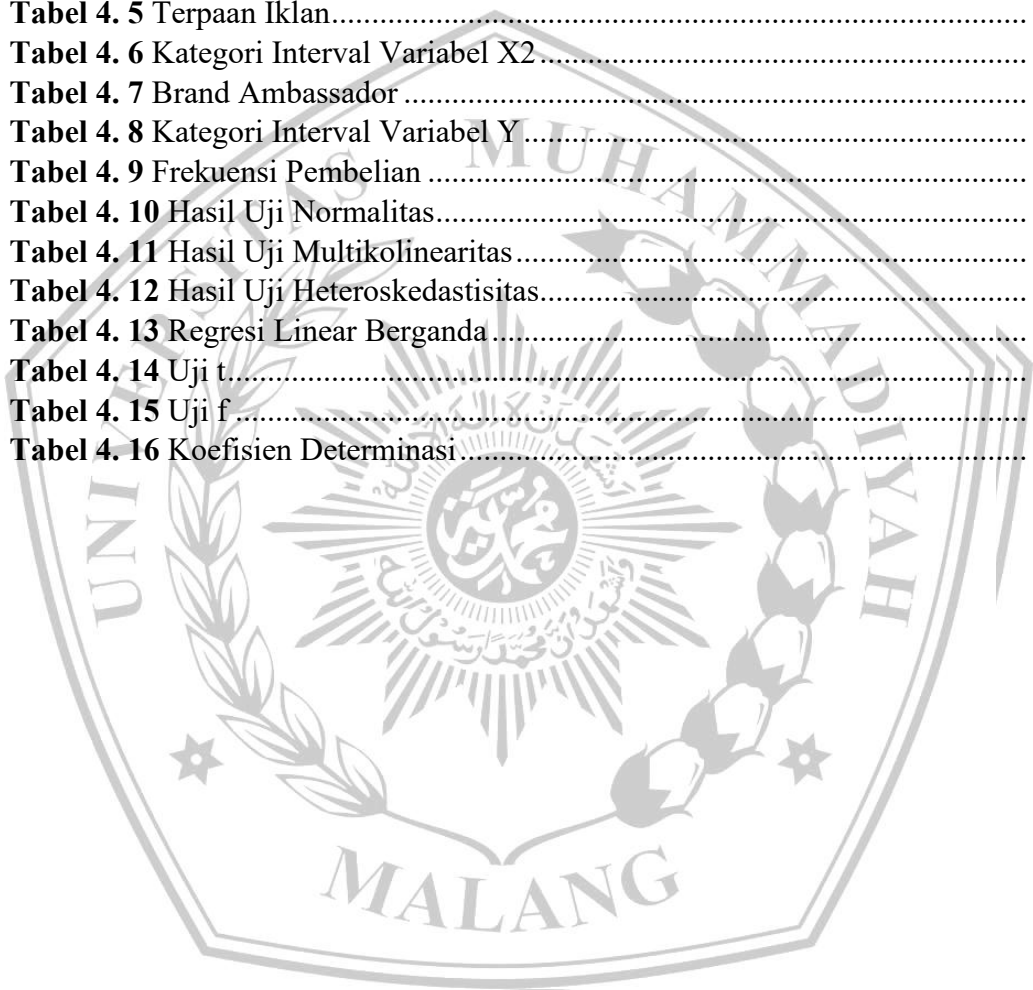
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	iii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	ii
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA ASLI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	iv
HASIL CEK PLAGIASI.....	v
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	vi
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	vii
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis	11
BAB II.....	12
KERANGKA TEORI	12
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2 Komunikasi	14
2.3 Komunikasi Periklanan.....	15

2.4 <i>Brand Ambassador</i>	16
2.5 TikTok Sebagai Platform Digital.....	17
2.6 Frekuensi Pembelian.....	17
2.7 Pengaruh Terpaan Iklan dan <i>Brand Ambassador</i> terhadap Frekuensi Pembelian ..	19
2.8 Penelitian Terdahulu	20
2.9 Definisi Konseptual	23
2.9.1 Variabel Bebas (X).....	23
2.9.2 Variabel Terikat (Y).....	24
2.10 Definisi Operasional	25
2.11 Hipotesis	27
BAB III	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Ruang Lingkup, Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.4 Populasi dan Sampel.....	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Sampel.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Instrumen Penelitian	32
3.7 Uji Keabsahan Data	35
3.7.1 Uji Validitas.....	35
3.7.2 Uji Reliabilitas	36
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.8.1 Uji Normalitas.....	37
3.8.2 Uji Multikolinearitas.....	37
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.9 Teknik Analisis Data.....	38
3.9.1 Regresi Linear Berganda.....	38
3.10 Uji Hipotesis (Uji T dan F)	39
3.10.1 Uji T (Parsial)	39
3.10.2 Uji F (Simultan)	40
3.10.3 Analisis Koefisien Determinasi	40

BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Profil Oatside	41
4.2 Deskripsi Umum Responden	44
4.3 Deskripsi Variabel	46
4.3.1 Terpaan Iklan (Variabel X1).....	46
4.3.2 <i>Brand Ambassador</i> Maudy Ayunda (Variabel X2)	48
4.3.3 Frekuensi Pembelian (Variabel Y).....	49
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.1 Uji Normalitas.....	51
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	53
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	55
4.6 Uji Hipotesis	56
4.6.1 Uji T (Parsial)	56
4.6.2 Uji F (Simultan).....	58
4.7 Uji Koefisien Determinasi	59
4.8 Pembahasan.....	59
BAB V.....	64
PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
5.2.1 Saran Akademis	65
5.2.2 Saran Praktis	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	69

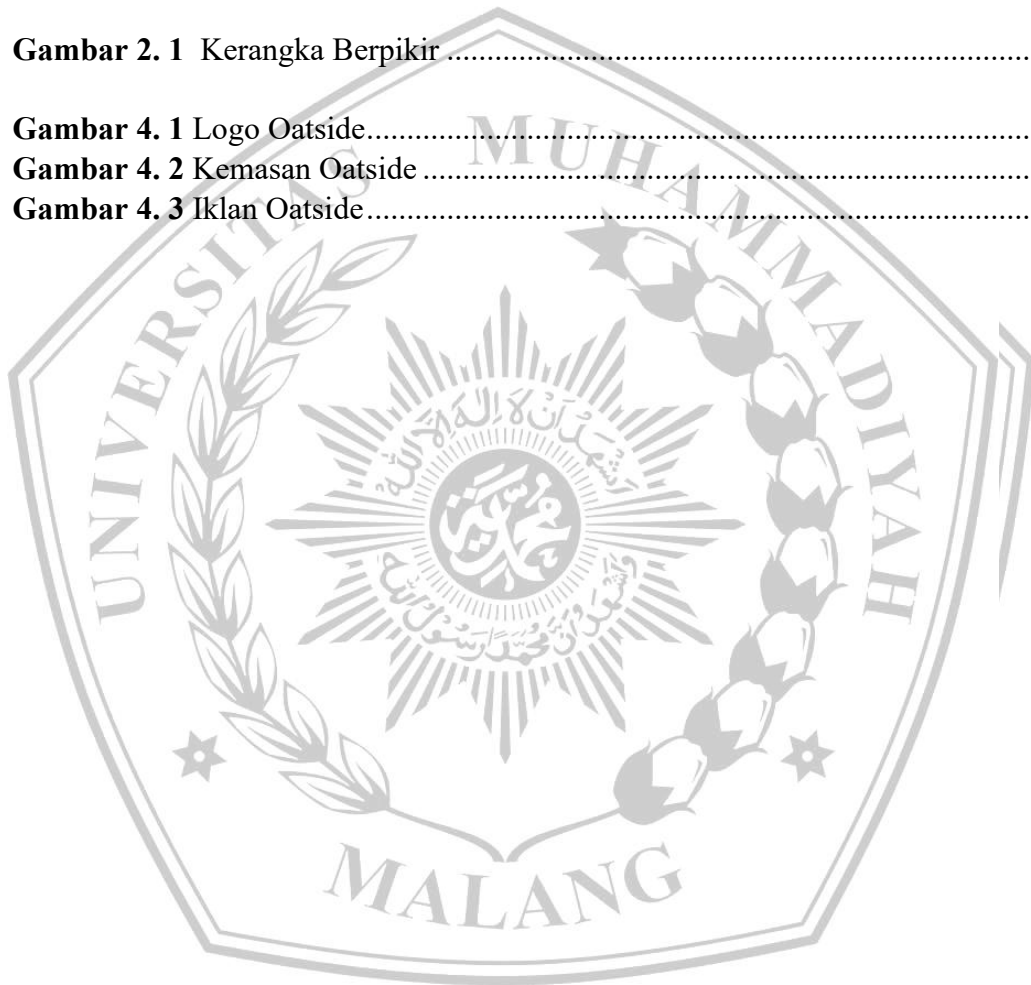
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Definisi Operasional.....	25
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	44
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4. 3 Kategori Interval Data Nilai	46
Tabel 4. 4 Kategori Interval Variabel X1	47
Tabel 4. 5 Terpaan Iklan.....	47
Tabel 4. 6 Kategori Interval Variabel X2.....	48
Tabel 4. 7 Brand Ambassador	49
Tabel 4. 8 Kategori Interval Variabel Y.....	50
Tabel 4. 9 Frekuensi Pembelian	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4. 13 Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4. 14 Uji t.....	57
Tabel 4. 15 Uji f	58
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi.....	59



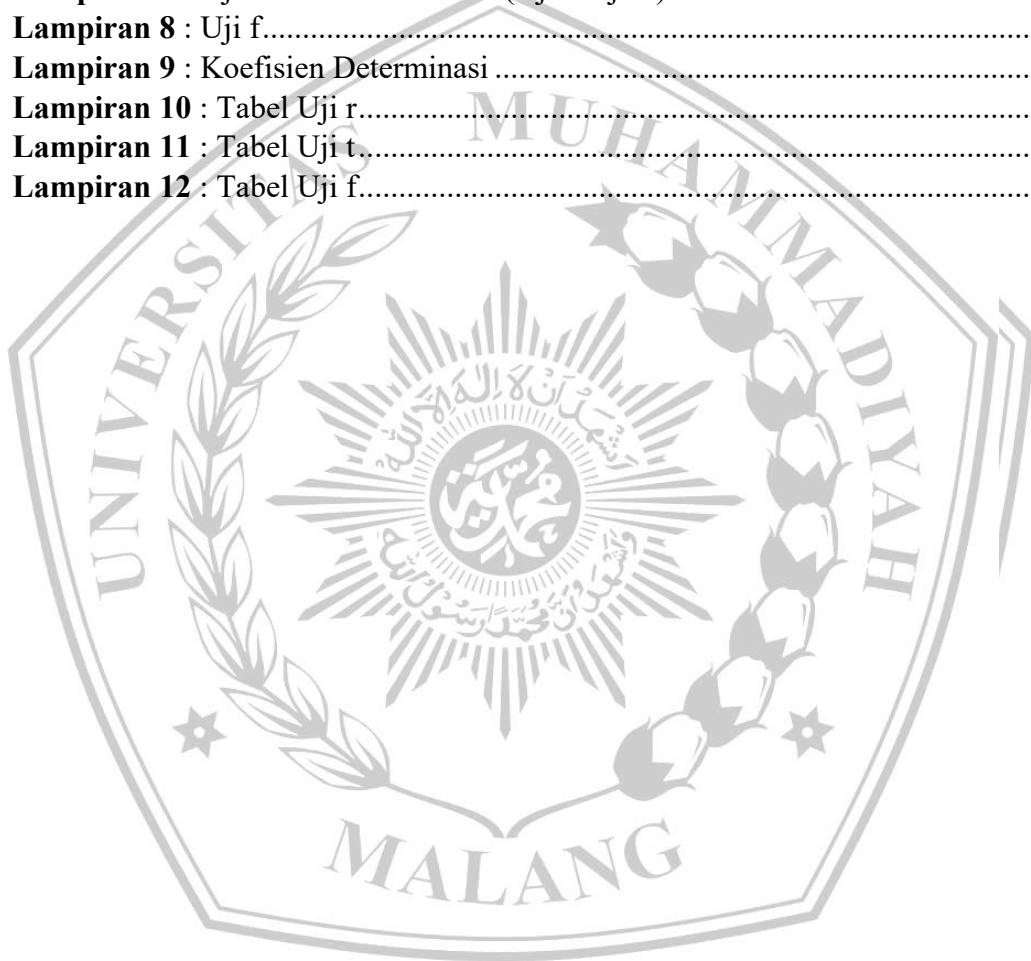
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik 10 Negara Dengan Pengguna TikTok Terbesar Pada Tahun 2024.....	2
Gambar 1. 2 Grafik Penggunaan TikTok Pada Februari 2025	3
Gambar 1. 3 Akun TikTok Outside	5
Gambar 1. 4 Akun Instagram Maudy Ayunda	6
Gambar 1. 5 Video iklan Outside di TikTok	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	25
Gambar 4. 1 Logo Outside.....	41
Gambar 4. 2 Kemasan Outside	42
Gambar 4. 3 Iklan Outside.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuesioner Penelitian	69
Lampiran 2 : Tabulasi Data	74
Lampiran 3 : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (SPSS v.22)	79
Lampiran 4 : Distribusi Jawaban (SPSS v.22)	81
Lampiran 5 : Uji Normalitas (SPSS v.22)	84
Lampiran 6 : Uji Multikolinearitas, Uji Regresi Linear Berganda, dan Uji t.....	84
Lampiran 7 : Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	84
Lampiran 8 : Uji f.....	84
Lampiran 9 : Koefisien Determinasi	85
Lampiran 10 : Tabel Uji r.....	86
Lampiran 11 : Tabel Uji t.....	87
Lampiran 12 : Tabel Uji f.....	88



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Probosini, D., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Http://103.8.12.212:33180/Unj/Index.Php/Jbmk/Article/View/30102*, 2(2), 445–455.
- Andarista, F., Santi Hariyani, D., & Ula Ananta Fauzi, R. (n.d.). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 01, 36–44.
- Apriliana, N. S., & Utomo, E. P. (2019). Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 179–190. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art5>
- Didiek Tranggono, Ajeng Nidita, & Putri, J. (2020). PENGARUH TERPAAN IKLAN NACIFIC DI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NACIFIC PADA FOLLOWERS AKUN @NACIFICOFFICIAL.ID. *Http://Jurnalfdk.Uinsby.Ac.Id/Index.Php/JIK*, Vol. 10 (2).
- Firmansyah, Anang. (2023). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK: PLANNING & STRATEGY*. Penerbit Qiara Media.
- Machmud, Muslimin. (2022). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah* (Cetakan Kedua). Penerbit Selaras.
- Febrida, R., Oktavianti, R., Ilmu, F., & Tarumanagara, K. (n.d.). *Pengaruh Terpaan Iklan di Media Sosial Youtube terhadap Persepsi Konsumen (Studi terhadap Pelanggan Iklan Tiket.com di Youtube)*. www.swa.co.id
- Canggara, Hafied. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Edisi Kedua). Rajawali Pers.
- Haritz, A. F., Setyabudi, D., & Rahmiaji, L. R. (2024). PENGARUH TERPAAN IKLAN BAREKSA DI INSTAGRAM DAN KREDIBILITAS BRAND AMBASSADOR BOY WILLIAM TERHADAP MINAT GENERASI Z DALAM MENGGUNAKAN BAREKSA SEBAGAI PLATFORM INVESTASI ONLINE. *Https://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Interaksi-Online/Article/View/45420*, 12(3), 689–698. <http://www.fisip.undip.ac.id>

- Melly Septia Pardianti, & Valiant Velantin. (2022). PENGELOLAAN KONTEN TIKTOK SEBAGAI MEDIA INFORMASI. *IKON Journal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol. 27 (2), 1–19.
- Morissa. (2014). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenada Media Group.
- Firmansyah, Anang. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Cetakan Pertama). CV. Penerbit Qiara Media.
- Mursid, I., Naryoso, A., Nur, J., & Gono, S. (2023). PENGARUH TERPAAN IKLAN LAZADA DAN DAYA TARIK BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI LAZADA. <https://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Interaksi-Online/Article/View/37007>, Vol. 11 (1), 84–101.
- Neni Wahyuni, & Husnayetti. (2020). ANALISIS PENGARUH IKLAN DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BUSANA MUSLIM NIBRAS. *Indonesian Journal of Economics Application*, Vol. 2 (2), 140–153.
- Novianti, W., Widagdo, B., & Nugroho, A. (2022). PENGARUH DAYA TARIK BRAND AMBASSADOR DAN TERPAAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI SCARLETT WHITENING. <https://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Interaksi-Online/Article/View/36050>, Vol. 10 (4), 86–95. <https://www.pramborsfm.com/entertainm>
- Nufian S Febriani, & Wayan Weda Asmara Dewi. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Cetakan Pertama). UB Press.
- Pratama, D., Hamzah, A., & Kusnanto, D. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Pesan Iklan terhadap Minat Beli di Tokopedia. In *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* (Vol. 4, Issue 3). <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (M. Dr.Ir.Sutopo.S.Pd, Ed.; Cetakan Kedua). Penerbit Alfabeta Bandung.
- Salsabeela, A., & Handrito, R. P. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Customer Loyalty melalui Variabel Customer Satisfaction Pada Konsumen Skincare Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(3), 743–754. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.02.3.16>
- Sisca Putri Wulandari, Wira Roho Br Hutaaruk, & Sekar Wulan Prasetyaningtyas. (2021). 38727-92617-1-PB. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2, 127–135.

- Tasruddin, R. (2015). STRATEGI PROMOSI PERIKLANAN YANG EFEKTIF. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1), 107–116.
- Dyatmika, Teddy. (2021). *ILMU KOMUNIKASI* (Cetakan Pertama). Zahir Publishing.
- Wibowo, K. A., & Prabawani, B. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN JINGLE IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN SARI ROTI DI SEMARANG). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10, 713–725.
- Yuli Gozali, Rachel Yuniar Renata, & Putri Dewi Ananda. (2025). Pengaruh Iklan Dan Brand Ambassador Enhyphen Terhadap Keputusan Pembelian Nabati Di Kota Palembang. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*, 3(1), 164–182. <https://doi.org/10.59024/jise.v3i1.1092>
- Yusuf, K. K., & Pradekso, T. (2021). Pengaruh Terpaan Iklan dan Terpaan Konten Celebrity Endorsement Terhadap Minat Menggunakan Jasa Go-Food (Melalui Brand Attitude). <https://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Interaksi-Online/Article/View/31458>, 3. <http://tekno.liputan6.com/read/3057940/fa>

