



UNIVERSITAS NASIONAL

**HUBUNGAN *BRAND AMBASSADOR* CHENLE NCT DREAM
DENGAN MINAT BELI PADA MINUMAN CHAGEE (Survei
pada *followers* Instagram @chagee.id)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**

NELLA AZIZAH

223516516044

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
MARET, 2026**



UNIVERSITAS NASIONAL

***THE RELATIONSHIP BETWEEN BRAND AMBASSADOR
CHENLE NCT DREAM AND PURCHASE INTENTION
TOWARD CHAGEE BEVERAGE (A Survey of Instagram
followers @chagee.id)***

THESIS

***Submitted as partial fulfilment of the requirements for the
Bachelor of Communication Science (S.I.Kom)***

NELLA AZIZAH

223516516044

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

DEPARTMENT SCIENCE OF COMMUNICATION

MARCH, 2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi/Tesis/Disertasi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Nama : Nella Azizah

NPM : 223516516044



Tanggal : 13 Februari 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nella Azizah
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516044
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Periklanan
Judul Skripsi : PENGARUH PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* CHENLE NCT DREAM TERHADAP MINAT BELI PADA MINUMAN CHAGEE (SURVEI PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM @CHAGEE.ID)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 11 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, S.E., M.Si.

HALAMAN SURAT PENGESAHAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI


Nama Mahasiswa : Nella Azizah
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516044
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Periklanan
Judul Skripsi : HUBUNGAN BRAND AMBASSADOR CHENLE NCT
DREAM DENGAN MINAT BELI PADA MINUMAN
CHAGEE (Survei pada followers Instagram @chagee.id)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional


Disahkan

Jakarta, 10 Maret 2026

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si.


Dr. Aas Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Nella Azizah

NPM : 223516516044

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Hubungan *Brand Ambassador* Chenle NCT Dream Dengan Minat Beli Pada Minuman Chagee (Survei pada *followers* Instagram @chagee.id)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Drs. Adi Prakosa, M.Si. (.....)

Penguji 1 : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si. (.....)

Penguji 2 / Pembimbing : Djurdur Luciana R., S.Sos., M.Si. (.....)

UNIVERSITAS NASIONAL

Ditetapkan di : Universitas Nasional

Tanggal : 10 Maret 2026

HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4 PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nella Azizah
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516044
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Periklanan
Judul Skripsi : Hubungan Brand Ambassador Chenle NCT Dream Dengan Minat Beli Pada Minuman Chagee (Survei pada followers Instagram @chagee.id)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 3 Maret 2026, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 10 Maret 2026

Penguji 2 /
Ketua Sidang : Dr. Drs. Adi Prakoso, M.Si.

Penguji 1 : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

Pembimbing : Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si.

Keterangan :

**) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas karunia yang dilimpahkan kepada kita semua, berupa nikmat kesehatan dan nikmat iman, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Hubungan *Brand Ambassador* Chenle NCT Dream dengan Minat Beli Pada Minuman Chagee (Survei pada *followers* Instagram @chagee.id)". Penulisan proposal skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, serta perhatian yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putra, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si., selaku Dekan FISIP Universitas Nasional.
3. Bapak Nursatyo, S.Sos, M.Si., selaku Wakil Dekan I FISIP Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Mary Ismowati, M.Si., selaku Wakil Dekan II FISIP Universitas Nasional.
5. Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional.
6. Ibu Cyntia Dewi Anggraini, S.I.Kom, M.I.Kom., selaku Sekprodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional.
7. Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos. M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi sekaligus pembimbing akademik penulis yang telah meluangkan banyak waktu dan tenaga dalam memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas dedikasi, arahan, serta dukungan yang sangat berarti sejak awal hingga selesainya penulisan skripsi ini.
8. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu pengetahuan

serta wawasan yang bermanfaat kepada penulis selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.

9. Seluruh Staff Sekretariat, Biro Administrasi Keuangan, Biro Administrasi Akademik, Biro Administrasi Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional. Terima kasih atas bantuan dan dedikasi Bapak dan Ibu dalam mengurus berbagai dokumen penting penulis sejak awal masa perkuliahan hingga proses akhir penyelesaian perkuliahan.
10. Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan anugerah-Nya.
11. Kedua orang tua penulis Makrodi dan Sailah, saudara kandung penulis Ardy Rifka Mahendra dan Azzam Musyafi Ahsan, serta keluarga besar tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang yang tulus, serta dukungan yang tidak pernah putus, baik secara moril maupun materil. Terima kasih atas segala semangat dan motivasi yang selalu diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini.
12. Okta, Fadillah, Atikah, Nevil, Nadine, Celline, serta teman teman lainnya, yang telah memberikan motivasi, dukungan, semangat, serta berbagai saran yang bermanfaat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
13. Para responden yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih atas kesediaannya dalam mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik dan berjalan lancar.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan oleh berbagai pihak, yang nilainya sangat berarti dan tidak ternilai. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan tersebut dengan balasan yang lebih baik. Terima kasih.

Jakarta, 10 Maret 2026

Nella Azizah

ABSTRAK

Nama : Nella Azizah

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pembimbing : Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos. M.Si.

Judul : Hubungan *Brand Ambassador* Chenle NCT Dream dengan Minat Beli Pada Minuman Chagee (Survei pada *followers* Instagram @chagee.id)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan *brand ambassador* Chenle NCT Dream dengan minat beli pada minuman Chagee di Instagram @chagee.id. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan teori kredibilitas sumber. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram @chagee.id, dengan jumlah sampel 100 responden berdasarkan perhitungan rumus slovin yang akan diambil dengan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Data penelitian ini dianalisis dengan menggunakan uji *korelasi product moment-pearson*. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa pernyataan yang digunakan valid dan reliabel. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan dengan nilai korelasi sebesar 0,587, ini menunjukkan hubungan dalam kategori sedang. Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan disarankan untuk mempertahankan dan mengoptimalkan dalam memilih *brand ambassador* yang memiliki kredibilitas agar tetap efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci: *Brand ambassador*, Minat beli, Minuman Chagee, Kredibilitas sumber, *Followers* Instagram @chagee.id

ABSTRACT

Name : Nella Azizah

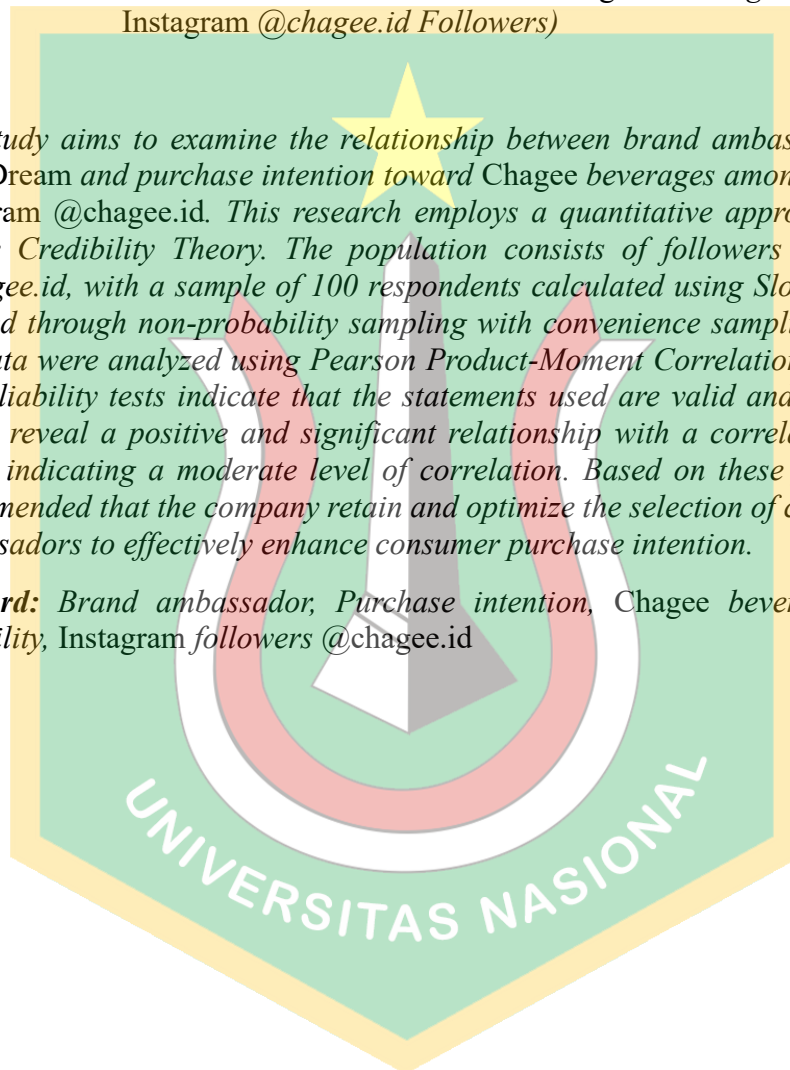
Study Program : Communication Science

Lecturer : Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.

Title : *The Relationship between Brand Ambassador Chenle NCT Dream and Purchase Intention toward Chagee Beverages (A Survey of Instagram @chagee.id Followers)*

This study aims to examine the relationship between brand ambassador Chenle NCT Dream and purchase intention toward Chagee beverages among followers of Instagram @chagee.id. This research employs a quantitative approach, utilizing Source Credibility Theory. The population consists of followers of Instagram @chagee.id, with a sample of 100 respondents calculated using Slovin's formula, selected through non-probability sampling with convenience sampling technique. The data were analyzed using Pearson Product-Moment Correlation test. Validity and reliability tests indicate that the statements used are valid and reliable. The results reveal a positive and significant relationship with a correlation value of 0.587, indicating a moderate level of correlation. Based on these findings, it is recommended that the company retain and optimize the selection of credible brand ambassadors to effectively enhance consumer purchase intention.

Keyword: *Brand ambassador, Purchase intention, Chagee beverages, Source credibility, Instagram followers @chagee.id*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN SURAT PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Landasan Konsep	17

2.3.1 Brand Ambassador	17
2.3.2 Minat Beli	20
2.3.4 Instagram	22
2.4 Kerangka Pemikiran	26
2.5 Hipotesis	27
BAB III	28
METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Pendekatan Penelitian	29
3.3 Metode Penelitian	30
3.4. Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel	31
3.5 Operasionalisasi Variabel	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.7 Uji Instrumen Penelitian	37
3.7.1 Uji Validitas	37
3.7.2 Uji Reliabilitas	39
3.8 Metode Analisis Data	40
3.9 Lokasi dan Jadwal Penelitian	41
3.9.1 Lokasi	41
3.9.2 Jadwal	42
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.1 Akun Instagram @chagee.id	45

4.2 Analisis Deskriptif.....	49
4.2.1 Identitas Responden.....	49
4.2.2 Analisis Deskriptif Pernyataan Variabel <i>Brand Ambassador</i>	52
4.2.3 Rekapitulasi Pernyataan Variabel <i>Brand Ambassador</i>	64
4.2.4 Analisis Deskriptif Pernyataan Variabel Minat Beli	67
4.2.5 Rekapitulasi Pernyataan Variabel Minat Beli	80
4.3 Analisis Inferensial	82
4.3.1 Uji Korelasi <i>Product Moment-Pearson</i>	82
4.4 Pembahasan	84
BAB V	89
KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Brand Ambassador Chagee	3
Gambar 1.2 Konsumsi Musik K-Pop di Indonesia	4
Gambar 1.3 Chenle Sebagai Brand Ambassador Chagee	5
Gambar 1.4 Pengguna Platform Media Sosial di Indonesia	6
Gambar 1.5 Jumlah Followers Instagram Chagee Indonesia.....	7
Gambar 1.6 Komentar Testimoni di Instagram Chagee Indonesia	8
Gambar 3.1 Jumlah Pengikut Instagram Chagee Indonesia.....	31
Gambar 4.1 Logo Chagee	44
Gambar 4.2 Akun Instagram Chagee Indonesia.....	45
Gambar 4.3 Postingan Event Grand Opening Store Chagee.....	46
Gambar 4.4 Postingan Giveaway dan Undian Event Grand Opening Store Chagee	47
Gambar 4.5 Postingan Penjualan Special Merch Chagee Bersama Chenle.....	48



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	32
Tabel 3.2 Skala Likert.....	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Brand Ambassador (X).....	38
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y).....	38
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	40
Tabel 3.6 Jadwal Penelitian.....	42
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	49
Tabel 4.2 Usia Responden.....	50
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	50
Tabel 4.4 Domisili Responden.....	51
Tabel 4.5 Responden Mengikuti Akun Instagram @chagee.id.....	51
Tabel 4.6 Chenle sebagai brand ambassador memiliki popularitas yang besar. ...	52
Tabel 4.7 Chenle sebagai brand ambassador membuat saya mengenal brand Chagee.	53
Tabel 4.8 Chenle telah dikenal dan sering tampil didepan umum bahkan sebelum menjadi brand ambassador Chagee.....	54
Tabel 4.9 Chenle sebagai brand ambassador membuat saya yakin bahwa produk Chagee memiliki kualitas yang baik.....	55
Tabel 4.10 Chenle sebagai brand ambassador meningkatkan rasa percaya saya terhadap brand Chagee.....	57
Tabel 4.11 Saya percaya Chenle sebagai brand ambassador benar-benar menyukai produk Chagee yang dipromosikan.....	58
Tabel 4.12 Chenle memiliki kepribadian yang baik sebagai brand ambassador...	59
Tabel 4.13 Dalam mempromosikan produk Chagee, Chenle sebagai brand ambassador mampu mewakili brand.....	60
Tabel 4.14 Chenle sebagai brand ambassador mampu menarik perhatian.....	61
Tabel 4.15 Chenle sebagai brand ambassador memiliki pengaruh terhadap ketertarikan saya pada produk Chagee.....	62

Tabel 4.16 Chenle sebagai brand ambassador memiliki pengaruh terhadap minat beli saya pada produk Chagee.....	63
Tabel 4.17 Kategori Mean Butir Pernyataan Variabel Brand Ambassador.	64
Tabel 4.18 Kategori Mean.....	67
Tabel 4.19 Saya ingin mencari informasi lebih lanjut tentang produk Chagee. ...	67
Tabel 4.20 Saya ingin mengetahui tentang varian rasa dan harga produk Chagee.	68
Tabel 4.21 Saya mengunjungi akun media sosial Chagee untuk mendapatkan informasi tentang produk Chagee.....	69
Tabel 4.22 Saya mengikuti akun media sosial Chagee untuk mendapatkan informasi tentang produk Chagee.....	71
Tabel 4.23 Saya menanyakan informasi tentang produk Chagee kepada orang yang sudah mencoba.....	72
Tabel 4.24 Saya mulai mencari tahu tentang harga atau varian rasa dari produk Chagee.....	73
Tabel 4.25 Saya merasa penasaran dengan rasa minuman produk Chagee.	74
Tabel 4.26 Saya tertarik untuk mencoba Chagee setelah mendengar ulasan dari orang lain/media sosial.....	75
Tabel 4.27 Saya ingin mencoba produk Chagee untuk membuktikan kualitas rasanya.....	76
Tabel 4.28 Saya mempertimbangkan harga produk Chagee sebelum memutuskan untuk membeli.....	77
Tabel 4.29 Saya mempertimbangkan produk Chagee layak dibeli karena terlihat premium dan menarik.	78
Tabel 4.30 Kehadiran Chenle sebagai brand ambassador membuat saya semakin mempertimbangkan untuk membeli Chagee.....	79
Tabel 4.31 Kategori Mean Butir Pernyataan Variabel Minat Beli.	80
Tabel 4.32 Kategori Mean.....	82
Tabel 4.33 Hasil Output SPSS Uji Korelasi Product Moment-Pearson.....	82
Tabel 4.34 Kategori Nilai Koefisien Korelasi.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 1.2 Karakteristik Responden.....	95
Lampiran 1.3 Pernyataan Variabel Brand Ambassador (X).....	96
Lampiran 1.4 Pernyataan Variabel Minat Beli (Y)	98
Lampiran 1.5 Tabulasi Data 30 Responden	100
Lampiran 1.6 Data 30 Responden.....	101
Lampiran 1.7 Tabulasi Data 100 Responden	102
Lampiran 1.8 Data 100 Responden.....	104
Lampiran 1.9 Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Brand Ambassador (X)	106
Lampiran 1.10 Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y).....	108
Lampiran 1.11 Hasil Output SPSS Analisis Deskriptif Variabel Brand Ambassador (X).....	110
Lampiran 1.12 Hasil Output SPSS Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).111	
Lampiran 1.13 Tabel Acuan R Tabel Uji Validitas dan Uji Korelasi Product Moment Pearson.....	112
Lampiran 1.14 Bukti Kuesioner.....	113
Lampiran 1.15 Bukti Sebar Kuesioner.....	114
Lampiran 1.16 Lembar Hasil iThenticate	115