

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Kanzler

Didirikan pada tahun 1999, kanzler lahir dari keinginan untuk menghadirkan sosis jerman yang enak dan lezat ke indonesia. Kanzler memiliki 2 kategori produk yaitu kanzler homepack untuk konsumsi rumah tangga (ready to cook) yang terdiri dari: sosis frankfurter, sosis cocktail, chicken nugget, dan lain-lain serta kanzler singles untuk camilan (ready to eat) yang terdiri dari: sosis original, mini, keju, dan hot, serta bakso original, dan bakso keju.



Gambar 4. 1 Logo Kanzler

Sumber : <https://paxelmarket.co/wp-content/uploads/2022/01/6e23300a0041a92be5c9208977096797.jpg>

Nama Perusahaan : Pt. Macroprima Panganutama

Tahun Berdiri : 1999

Pendiri : Bambang Sutantio

Instagram : @Temankanzler

Nugget Kanzler merupakan Chicken Nugget premium yang terbuat dari daging ayam pilihan, renyah diluar dan juicy didalam. Memiliki 2 varian : Original Chicken Nugget dan Crispy Chicken Nugget (dengan lapisan bubble crumbs yang extra crispy).

Pada penelitian ini kanzler chicken nugget varian crispy chicken nugget dipilih sebagai produk yang dipromosikan oleh Nicholas Saputra sebagai *brand ambassador*.



Gambar 4. 2 Produk Kanzler Chicken Nugget Varian Crispy Chicken Nugget

Sumber : <https://images.tokopedia.net/img/cache/700/VqbcmM/2022/8/28/306aec80-0ad5-4b3a-bdce-9ba06d76ebd8.jpg>

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner kepada 71 responden, penelitian ini akan menjelaskan persebaran demografis dari data tersebut. Hal ini meliputi jenis kelamin, pendidikan, rentang usia, dan pekerjaan dari responden. Lebih lanjut, penelitian ini akan melanjutkannya dengan melakukan analisis regresi sederhana.

Kanzler *Crispy Chicken Nugget* melakukan promosi dengan memanfaatkan berbagai media, baik digital maupun konvensional. Mereka aktif memasarkan produk ini sebagai pilihan hidangan berbuka puasa yang praktis dan lezat.

4.1.2 Profil Nicholas Saputra Sebagai *Brand Ambassador*

Nama : Nicholas Schubring Saputra
 Tanggal lahir : 24 februari 1984
 Tempat lahir : Jakarta, Indonesia

Nicholas Saputra adalah seorang aktor, model, dan produser indonesia yang dikenal karena kiprahnya dalam berbagai film dan proyek seni lainnya. Ia meraih ketenaran melalui peran utamanya dalam film "ada apa dengan cinta?" pada tahun 2002, yang menjadi salah satu film paling ikonik dalam perfilman indonesia. Sejak itu, ia telah membintangi berbagai film dan proyek televisi yang sukses, dan reputasinya sebagai aktor berkualitas terus tumbuh.

Nicholas Saputra memiliki citra yang positif, ramah, dan bersahaja. Citra ini membuatnya dikenal sebagai sosok yang dapat didekati oleh berbagai kalangan masyarakat. Ia juga dikenal karena integritasnya dalam berbagai peran yang diambarnya, serta keterlibatannya dalam berbagai kegiatan sosial dan lingkungan.

Sebagai *brand ambassador* kanzler *crispy chicken nugget*, Nicholas Saputra membawa daya tarik dan citra positif yang kuat. Biodata Nicholas Saputra menunjukkan bahwa ia adalah seorang aktor terkenal yang memiliki pengaruh besar di kalangan masyarakat indonesia.



Gambar 2. 2 Nicholas Saputra Sebagai Brand Ambassador Kanzler

Sumber : <https://bithourproduction.com/blog/strategi-marketing-brand-kanzler/>

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1 Identitas Responden

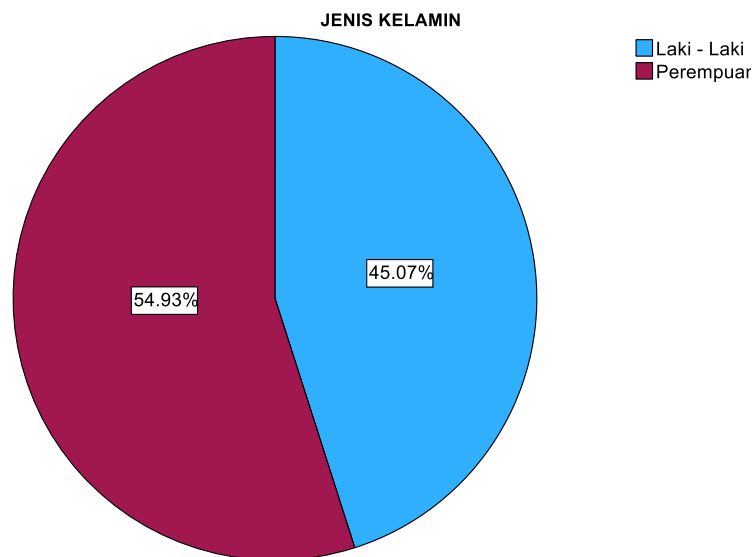
4.2.1.1. Persebaran Gender.

Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini menemukan bahwa responden dari penelitian ini mayoritas merupakan perempuan sebanyak 39 perempuan atau 54,9% sedangkan laki-laki sebanyak 32 orang atau 45,1%. Berikut hasil tabel analisis dan gambar *pie chart* dari gender para responden:

Tabel 4. 1 Gender Responden Penelitian

		JENIS KELAMIN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	32	45.1	45.1	45.1
	Perempuan	39	54.9	54.9	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29



Gambar 4. 3 Pie Chart Gender Responden Penelitian

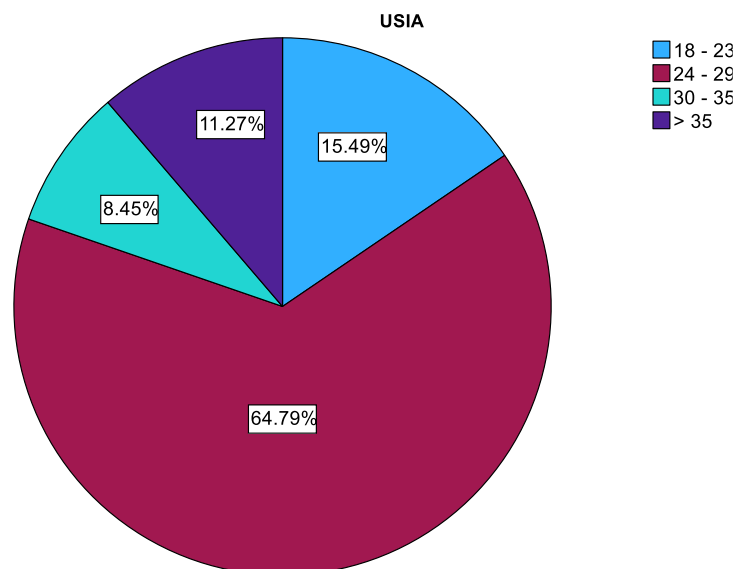
4.2.1.2. Persebaran Rentang Usia.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa mayoritas persebaran rentang usia adalah 24-29 yaitu 46 orang atau 64,8%, sedangkan responden yang memiliki umur 18-23 adalah sebanyak 11 orang atau 15,5%. Lebih lanjut, orang-orang yang memiliki umur 30-35 adalah 6 orang (8,5%) dan orang-orang yang berusia lebih dari 35 tahun sebanyak 8 orang atau 11,3%. Berikut hasil tabel analisis dan gambar *pie chart* dari rentang usia para responden:

Tabel 4. 2 Rentang Usia Responden Penelitian

		USIA			
		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 23	11	15.5	15.5	15.5
	24 - 29	46	64.8	64.8	80.3
	30 - 35	6	8.5	8.5	88.7
	> 35	8	11.3	11.3	100.0
Total		71	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29



Gambar 4. 4 Pie Chart Rentang Usia Responden Penelitian

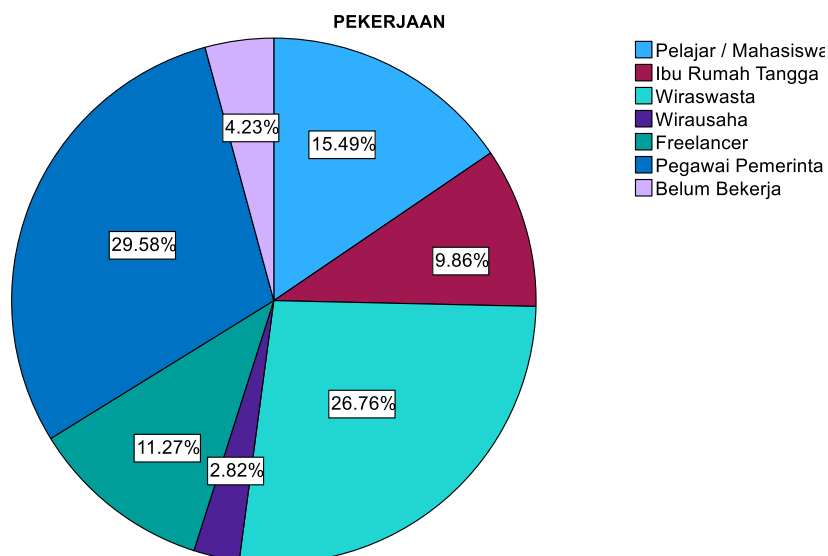
4.2.1.3. Persebaran Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa responden dari penelitian kebanyakan merupakan seorang pegawai pemerintah, yaitu sebanyak 21 orang atau 29,6%. Pelajar/Mahasiswa sebanyak 11 orang atau 15,5%, sedangkan Ibu Rumah Tangga 7 orang atau 9,9%. Wiraswasta sebanyak 19 orang atau 26,8%. Wirausaha 2 orang atau 2,8%. Freelancer sebanyak 8 orang atau 11,3%. Dan Belum Bekerja sebanyak 3 atau 4,2%. Berikut hasil tabel analisis dan gambar *pie chart* dari pekerjaan para responden:

Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden Penelitian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar / Mahasiswa	11	15.5	15.5	15.5
	Ibu Rumah Tangga	7	9.9	9.9	25.4
	Wiraswasta	19	26.8	26.8	52.1
	Wirausaha	2	2.8	2.8	54.9
	Freelancer	8	11.3	11.3	66.2
	Pegawai Pemerintah	21	29.6	29.6	95.8
	Belum Bekerja	3	4.2	4.2	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29



Gambar 4. 5 Pie Chart Pekerjaan Responden Penelitian

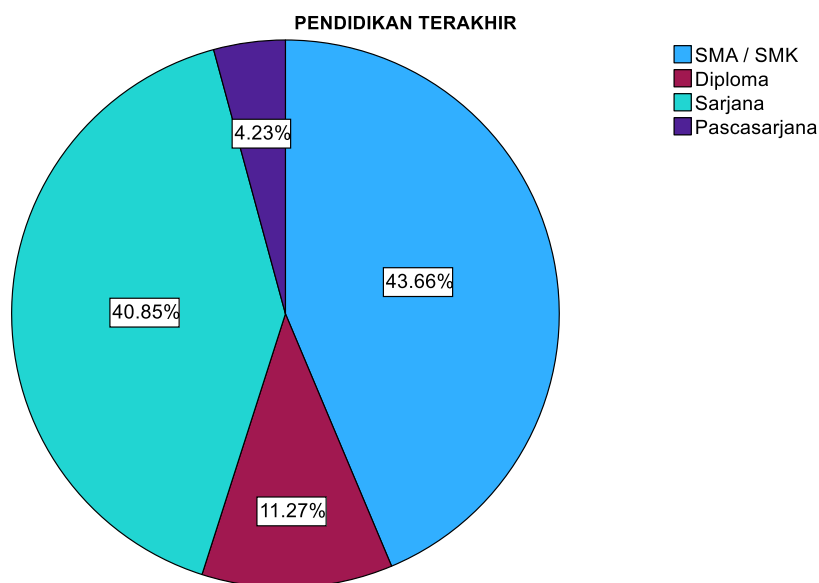
4.2.1.4. Persebaran Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini menemukan bahwa responden dari penelitian mayoritas memiliki Pendidikan SMA/SMK, yaitu sebanyak 31 orang atau 43,7%. Diploma sebanyak 8 orang atau 11,3%, Sarjana sebanyak 29 orang atau 40,8%, sedangkan Pascasarjana sebanyak 3 orang atau 4,2%. Berikut hasil tabel analisis dan gambar *pie chart* dari pendidikan para responden:

Tabel 4. 4 Pendidikan Responden Penelitian

		PENDIDIKAN TERAKHIR			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA / SMK	31	43.7	43.7	43.7
	Diploma	8	11.3	11.3	54.9
	Sarjana	29	40.8	40.8	95.8
	Pascasarjana	3	4.2	4.2	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29



Gambar 4. 6 Pie Chart Pendidikan Responden Penelitian

4.2.2. *Brand Ambassador* (Variabel X)

Sebagaimana yang dijelaskan pada bagian metodologi penelitian, persepsi terhadap Nicholas Saputra sebagai *Brand Ambassador* Kanzler dilakukan dengan mempertimbangkan 4 dimensi, yaitu (1) kepopuleran; (2) kredibilitas; (3) daya tarik; dan (4) kekuatan. Dengan begitu, peneliti memberikan masing-masing dimensi 6 pernyataan menggunakan skala *likert* (skor 1-5) untuk menangkap berbagai dimensi tersebut (lihat lampiran pernyataan kuisioner). Dengan begitu, terdapat 24 pernyataan (X1-X24) yang dijawab oleh responden.

Tabel 4. 5 Mengetahui Nicholas Sapura adalah *Brand Ambassador* Kanzler.

X1

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	4.2%
2	Tidak Setuju	7	9.9%
3	Netral	9	12.7%
4	Setuju	29	40.8%
5	Sangat Setuju	23	32.4%
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 29 orang (40,8%) menyatakan Setuju, sebanyak 23 responden (32,4%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 9 orang (12,7%) menyatakan Netral, sebanyak 7 orang (9,9%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 3 orang atau (4,2%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 6 **Setuju Nicholas Saputra mendorong memperhatikan feeds Instagram @temankanzler.**

X2

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	4	5.6%
2	Tidak Setuju	6	8.5%
3	Netral	16	22.5%
4	Setuju	26	36.6%
5	Sangat Setuju	19	26.8%
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 26 orang (36,6%) menyatakan Setuju, sebanyak 19 responden (26,8%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 16 orang (22,5%) menyatakan Netral, sebanyak 6 orang (8,5%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 4 orang atau (5,6%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 7 **Sering melihat iklan Kanzler dengan Nicholas Saputra di media sosial.**

X3

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.4%
2	Tidak Setuju	11	15.5%
3	Netral	13	18.3%
4	Setuju	26	36.6%
5	Sangat Setuju	20	28.2%
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 26 orang (36,6%) menyatakan Setuju, sebanyak 20 responden (28,2%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 13 orang (18,3%) menyatakan Netral, sebanyak 11 orang (15,5%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 1 orang atau (1,4%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 8 Mengikuti akun Instagram @temankanzler dan promosi oleh Nicholas Saputra.

X4

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	11	15.5%
2	Tidak Setuju	13	18.3%
3	Netral	17	23.9%
4	Setuju	20	28.2%
5	Sangat Setuju	10	14.1%
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 20 orang (28,2%) menyatakan Setuju, sebanyak 10 responden (14,1%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 17 orang (23,9%) menyatakan Netral, sebanyak 13 orang (18,3%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 11 orang atau (15,5%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 9 Pengikut Nicholas Saputra membuat memperhatikan produk yang ia promosikan.

X5

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	5	7.0%
2	Tidak Setuju	7	9.9%
3	Netral	17	23.9%
4	Setuju	26	36.6%
5	Sangat Setuju	16	22.5%
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 26 orang (36,6%) menyatakan Setuju, sebanyak 20 responden (28,2%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 13 orang (18,3%) menyatakan Netral, sebanyak 11 orang (15,5%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 1 orang atau (1,4%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 10 **Tertarik mengikuti Nicholas Saputra di media sosial.****X6**

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	6	8.5%
2	Tidak Setuju	7	9.9%
3	Netral	26	36.6%
4	Setuju	17	23.9%
5	Sangat Setuju	15	21.1%
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 26 orang (36,6%) menyatakan Netral, sebanyak 15 responden (21,1%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 17 orang (23,9%) menyatakan Setuju, sebanyak 7 orang (9,9%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 6 orang atau (8,5%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Netral.

Tabel 4. 11 **Nicholas Saputra kompeten mempromosikan produk makanan.****X7**

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.4%
2	Tidak Setuju	6	8.5%
3	Netral	19	26.8%
4	Setuju	21	29.6%
5	Sangat Setuju	24	33.8%
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 26 orang (36,6%) menyatakan Setuju, sebanyak 20 responden (28,2%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 13 orang (18,3%) menyatakan Netral, sebanyak 11 orang (15,5%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 1 orang atau (1,4%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 12 **Nicholas Saputra memiliki pengetahuan baik tentang Kanzler Crispy Chicken Nugget.**

X8

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	5	7.0
3	Netral	23	32.4
4	Setuju	23	32.4
5	Sangat Setuju	20	28.2
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 23 orang (32,4%) menyatakan Setuju dan sebanyak 23 responden (32,4%) menyatakan Netral, sebanyak 20 orang (28,2%) menyatakan Sangat Setuju, dan sebanyak 5 orang atau (7,0%) menyatakan Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju & Netral.

Tabel 4. 13 **Percaya Nicholas Saputra jujur dan dapat dipercaya.**

X9

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	3	4.2
3	Netral	19	26.8
4	Setuju	24	33.8
5	Sangat Setuju	25	35.2
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 25 orang (35,2%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 24 responden (33,8%) menyatakan Setuju, sebanyak 19 orang (26,8%) menyatakan Netral, dan sebanyak 3 orang (4,2%) menyatakan Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju.

Tabel 4. 14 **Nicholas Saputra memiliki reputasi baik di industri hiburan.****X10**

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral	8	11.3
4	Setuju	23	32.4
5	Sangat Setuju	40	56.3
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 40 orang (56,3%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 23 responden (32,4%) menyatakan Setuju, dan sebanyak 8 orang (11,3%) menyatakan Netral. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju.

Tabel 4. 15 **Nicholas Saputra memiliki reputasi positif dan integritas baik.****X11**

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral	9	12.7
4	Setuju	28	39.4
5	Sangat Setuju	34	47.9
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 34 orang (47,9%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 28 responden (39,4%) menyatakan Setuju, dan sebanyak 9 orang (12,7%) menyatakan Netral. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju.

Tabel 4. 16 Merasa Nicholas Saputra adalah sosok berintegritas tinggi.

X12

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1.4
3	Netral	14	19.7
4	Setuju	26	36.6
5	Sangat Setuju	30	42.3
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 30 orang (42,3%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 26 responden (36,6%) menyatakan Setuju, dan sebanyak 14 orang (19,7%) menyatakan Netral, sebanyak 2 orang (1,4%) menyatakan Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju.

Tabel 4. 17 Penampilan Nicholas Saputra dalam iklan membuat lebih tertarik pada Kanzler.

X13

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.8
2	Tidak Setuju	7	9.9
3	Netral	14	19.7
4	Setuju	25	35.2
5	Sangat Setuju	23	32.4
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 26 orang (36,6%) menyatakan Setuju, sebanyak 20 responden (28,2%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 13 orang (18,3%) menyatakan Netral, sebanyak 11 orang (15,5%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 1 orang atau (1,4%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 18 **Nicholas Saputra sosok karismatik dan menarik.****X14**

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1.4
3	Netral	9	12.7
4	Setuju	28	39.4
5	Sangat Setuju	33	46.5
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 33 orang (46,5%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 28 responden (39,4%) menyatakan Setuju, sebanyak 9 orang (12,7%) menyatakan Netral, dan sebanyak 1 orang (1,4%) menyatakan Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju.

Tabel 4. 19 **Tertarik pada kepribadian Nicholas Saputra dalam iklan Kanzler.****X15**

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	4.2
2	Tidak Setuju	5	7.0
3	Netral	20	28.2
4	Setuju	17	23.9
5	Sangat Setuju	26	36.6
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 26 orang (36,6%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 17 responden (23,9%) menyatakan Setuju, sebanyak 20 orang (28,2%) menyatakan Netral, sebanyak 5 orang (7,0%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 3 orang atau (4,2%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju.

Tabel 4. 20 **Kepribadian Nicholas Saputra cocok dengan citra Kanzler.****X16**

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.8
2	Tidak Setuju	6	8.5
3	Netral	21	29.6
4	Setuju	20	28.2
5	Sangat Setuju	22	31.0
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 22 orang (31,0%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 20 responden (28,2%) menyatakan Setuju, sebanyak 21 orang (29,6%) menyatakan Netral, sebanyak 6 orang (8,5%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 2 orang atau (2,8%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju.

Tabel 4. 21 **Merasa memiliki kesamaan dengan Nicholas Saputra secara ideal.****X17**

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.4
2	Tidak Setuju	11	15.5
3	Netral	23	32.4
4	Setuju	21	29.6
5	Sangat Setuju	15	21.1
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 23 orang (32,4%) menyatakan Netral, sebanyak 15 responden (21,1%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 21 orang (29,6%) menyatakan Setuju, sebanyak 11 orang (15,5%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 1 orang atau (1,4%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Netral.

Tabel 4. 22 **Gaya hidup Nicholas Saputra membuat ingin mencoba Kanzler.**

X18

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.8
2	Tidak Setuju	7	9.9
3	Netral	19	26.8
4	Setuju	22	31.0
5	Sangat Setuju	21	29.6
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 22 orang (31,0%) menyatakan Setuju, sebanyak 21 responden (29,6%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 19 orang (26,8%) menyatakan Netral, sebanyak 7 orang (9,9%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 2 orang atau (2,8%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 23 **Lebih cenderung membeli Kanzler karena dipromosikan oleh Nicholas Saputra.**

X19

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	6	8.5
2	Tidak Setuju	7	9.9
3	Netral	19	26.8
4	Setuju	20	28.2
5	Sangat Setuju	19	26.8
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 20 orang (28,2%) menyatakan Setuju, sebanyak 19 responden (26,8%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 19 orang (26,8%) menyatakan Netral, sebanyak 7 orang (9,9%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 6 orang atau (8,5%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 24 **Penasaran dan ingin mencoba Kanzler setelah melihat iklannya.****X20**

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.8
2	Tidak Setuju	5	7.0
3	Netral	18	25.4
4	Setuju	24	33.8
5	Sangat Setuju	22	31.0
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 24 orang (33,8%) menyatakan Setuju, sebanyak 22 responden (31,0%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 18 orang (25,4%) menyatakan Netral, sebanyak 5 orang (7,0%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 2 orang atau (2,8%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 25 **Iklan dengan Nicholas Saputra memotivasi mencoba Kanzler.****X21**

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	4.2
2	Tidak Setuju	6	8.5
3	Netral	16	22.5
4	Setuju	23	32.4
5	Sangat Setuju	23	32.4
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 23 orang (32,4%) menyatakan Setuju dan sebanyak 23 responden (32,4%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 16 orang (22,5%) menyatakan Netral, sebanyak 6 orang (8,5%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 3 orang atau (4,2%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju & Sangat Setuju.

Tabel 4. 26 **Lebih yakin membeli produk yang dipromosikan oleh Nicholas Saputra.**

X22

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.8
2	Tidak Setuju	6	8.5
3	Netral	21	29.6
4	Setuju	17	23.9
5	Sangat Setuju	25	35.2
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 25 orang (35,2%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 17 responden (23,9%) menyatakan Setuju, sebanyak 21 orang (29,6%) menyatakan Netral, sebanyak 6 orang (8,5%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 2 orang atau (2,8%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju.

Tabel 4. 27 **Tertarik mencari informasi lebih lanjut tentang Kanzler setelah melihat iklan.**

X23

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	4.2
2	Tidak Setuju	8	11.3
3	Netral	17	23.9
4	Setuju	22	31.0
5	Sangat Setuju	21	29.6
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 22 orang (31,0%) menyatakan Setuju, sebanyak 21 responden (29,6%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 17 orang (23,9%) menyatakan Netral, sebanyak 8 orang (11,3%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 3 orang atau (4,2%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 28 Mengikuti berita dan update tentang Nicholas Saputra di media sosial.

X24

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	4.2
2	Tidak Setuju	11	15.5
3	Netral	21	29.6
4	Setuju	21	29.6
5	Sangat Setuju	15	21.1
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 21 orang (29,6%) menyatakan Setuju dan sebanyak 21 responden (29,6,2%) menyatakan Netral, sebanyak 15 orang (21,1%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 11 orang (15,5%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 3 orang atau (4,2%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Berdasarkan hasil analisis, rata-rata jawaban yang diberikan oleh responden adalah *setuju* (rata-rata = 3,80 dan nilai tengah 4,00) dengan peran Nicholas Saputra sebagai *brand ambassador* Kanzler. Hal ini terlihat dari rata-rata persebaran pendapat responden dan *histogram* (X). Berikut hasil analisisnya:

Tabel 4. 29 Persebaran Pendapat Responden Terkait Nicholas Saputra Sebagai Brand Ambassador Kanzler (X)

Statistics

MEAN_X		
N	Valid	71
	Missing	0
Mean		3.80
Median		4.00

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Tabel 4. 30 Hasil Rata-Rata Jawaban Responden Pada Variabel Brand Ambassador (X)

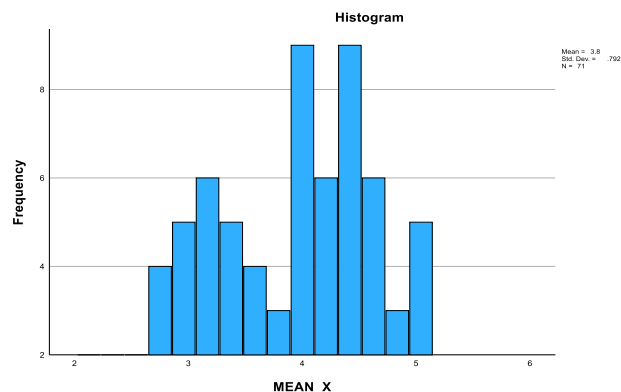
Hasil Rekapitulasi *Brand Ambassador* (Variabel X)

No.	Pernyataan Variabel X	Mean
X1	Mengetahui Nicholas Sapura adalah Brand Ambassador Kanzler.	3,87
X2	Setuju Nicholas Saputra mendorong memperhatikan feeds Instagram @temankanzler.	3,70
X3	Sering melihat iklan Kanzler dengan Nicholas Saputra di media sosial.	3,75
X4	Mengikuti akun Instagram @temankanzler dan promosi oleh Nicholas Saputra.	3,07
X5	Pengikut Nicholas Saputra membuat memperhatikan produk yang ia promosikan.	3,58
X6	Tertarik mengikuti Nicholas Saputra di media sosial.	3,39
X7	Nicholas Saputra kompeten mempromosikan produk makanan.	3,86
X8	Nicholas Saputra memiliki pengetahuan baik tentang Kanzler Crispy Chicken Nugget.	3,82
X9	Percaya Nicholas Saputra jujur dan dapat dipercaya.	4,00
X10	Nicholas Saputra memiliki reputasi baik di industri hiburan.	4,45
X11	Nicholas Saputra memiliki reputasi positif dan integritas baik.	4,35
X12	Merasa Nicholas Saputra adalah sosok berintegritas tinggi.	4,20
X13	Penampilan Nicholas Saputra dalam iklan membuat lebih tertarik	3,85

No.	Pernyataan Variabel X	Mean
	pada Kanzler.	
X14	Nicholas Saputra sosok karismatik dan menarik.	4,31
X15	Tertarik pada kepribadian Nicholas Saputra dalam iklan Kanzler.	3,82
X16	Kepribadian Nicholas Saputra cocok dengan citra Kanzler.	3,76
X17	Merasa memiliki kesamaan dengan Nicholas Saputra secara ideal.	3,54
X18	Gaya hidup Nicholas Saputra membuat ingin mencoba Kanzler.	3,75
X19	Lebih cenderung membeli Kanzler karena dipromosikan oleh Nicholas Saputra.	3,55
X20	Penasaran dan ingin mencoba Kanzler setelah melihat iklannya.	3,83
X21	Iklan dengan Nicholas Saputra memotivasi mencoba Kanzler.	3,80
X22	Lebih yakin membeli produk yang dipromosikan oleh Nicholas Saputra.	3,80
X23	Tertarik mencari informasi lebih lanjut tentang Kanzler setelah melihat iklan.	3,70
X24	Mengikuti berita dan update tentang Nicholas Saputra di media sosial.	3,48
Jumlah		89.51
Rata-Rata (Pembulatan)		3.73 (3.80)

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Catatan: Sangat Tidak Setuju = 1, Tidak Setuju = 2, Netral = 3, Setuju = 4, Sangat Setuju = 5



Gambar 4. 7 Histogram Pendapat Responden Terkait Nicholas Saputra Sebagai Brand Ambassador (X)

4.2.3. Uji Validitas Variabel X (Brand Ambassador)

Lebih lanjut penelitian ini juga melakukan uji validitas terhadap pernyataan kuisioner. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan untuk menangkap nilai variabel Nicholas Saputra sebagai *Brand Ambassador* Kanzler (X) memiliki nilai yang valid dan signifikan secara statistik ($\text{Sig} < 0,05$). Berikut hasil uji validitas.

Tabel 4. 31 Hasil Uji Validitas Pernyataan Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Kanzler (X) (Populasi $n = 71$)

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
TOTAL_X	Pearson Correlation	.615**	.790**	.716**	.607**	.747**	.723**	.770**	.703**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71

		X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16
TOTAL_X	Pearson Correlation	.790**	.500**	.599**	.602**	.909**	.680**	.864**	.879**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71

		X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	TOTAL_X
TOTAL_X	Pearson Correlation	.659**	.873**	.815**	.871**	.922**	.897**	.887**	.697**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

4.2.4. Uji Reliabilitas Variabel X (Brand Ambassador)

Lebih lanjut penelitian ini juga melakukan uji reabilitas terhadap pertanyaan kuisisioner. Hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa bahwa semua item pertanyaan untuk menangkap nilai variabel Nicholas Saputra sebagai *Brand Ambassador* Kanzler (X) memiliki nilai yang reliabel dan memiliki nilai *cronbach's alpha* 0,967 (Cronbach's Alpha > 0,70). Berikut hasil uji reabilitasnya:

Tabel 4. 32 Hasil Uji Reabilitas Pertanyaan Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Kanzler (X) (Populasi n = 71)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.967	24

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

4.2.5. Minat Beli (Variabel Y)

Sebagaimana yang dijelaskan pada bagian metodologi penelitian, penarikan data minat beli dilakukan dengan mempertimbangkan 4 dimensi, yaitu (1) minat transaksional; (2) minat referensial; (4) minat preferensial; dan (5) minat eksploratif. Dengan begitu, penelitian memberikan masing-masing dimensi 6 pernyataan yang dan menggunakan skala *likert* (skor 1-5) untuk menangkap berbagai dimensi tersebut (lihat lampiran pertanyaan). Dengan begitu, terdapat 24 pertanyaan (Y1-Y24) yang dijawab oleh responden.

Tabel 4. 33 **Pernah membeli Kanzler setelah melihat promosi dari Nicholas Saputra.**

Y1

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	4.2
2	Tidak Setuju	12	16.9
3	Netral	14	19.7
4	Setuju	20	28.2
5	Sangat Setuju	22	31.0
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 22 orang (31,0%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 20 responden (28,2%) menyatakan Setuju, sebanyak 14 orang (19,7%) menyatakan Netral, sebanyak 12 orang (16,9%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 3 orang atau (4,2%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju.

Tabel 4. 34 **Berniat membeli kembali Kanzler di masa mendatang.**

Y2

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.4
2	Tidak Setuju	2	2.8
3	Netral	22	31.0
4	Setuju	19	26.8
5	Sangat Setuju	27	38.0
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 27 orang (38,0%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 19 responden (26,8%) menyatakan Setuju, sebanyak 22 orang (31,0%) menyatakan Netral, sebanyak 2 orang (2,8%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 1 orang atau (1,4%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju.

Tabel 4. 35 **Iklan dengan Nicholas Saputra membuat lebih percaya pada kualitas Kanzler.**

Y3

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	8	11.3
3	Netral	22	31.0
4	Setuju	19	26.8
5	Sangat Setuju	22	31.0
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 22 orang (31,0%) menyatakan Sangat Setuju dan sebanyak 22 responden (31,0%) menyatakan Netral, sebanyak 19 orang (26,8%) menyatakan Setuju, dan sebanyak 8 orang (11,3%) menyatakan Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju & Netral.

Tabel 4. 36 **Merasa harga Kanzler sepadan dengan kualitasnya.**

Y4

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral	20	28.2
4	Setuju	27	38.0
5	Sangat Setuju	24	33.8
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 27 orang (38,0%) menyatakan Setuju, sebanyak 24 responden (33,8%) menyatakan Sangat Setuju, dan sebanyak 20 orang (28,2%) menyatakan Netral. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 37 **Puas dengan Kanzler setelah mencobanya.**

Y5

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1.4
3	Netral	17	23.9
4	Setuju	25	35.2
5	Sangat Setuju	28	39.4
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 28 orang (39,4%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 25 responden (35,2%) menyatakan Setuju, sebanyak 17 orang (23,9%) menyatakan Netral, dan sebanyak 1 orang (1,4%) menyatakan Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju.

Tabel 4. 38 **Sering merekomendasikan Kanzler kepada teman dan keluarga.**

Y6

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.8
2	Tidak Setuju	4	5.6
3	Netral	20	28.2
4	Setuju	25	35.2
5	Sangat Setuju	20	28.2
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 25 orang (35,2%) menyatakan Setuju, sebanyak 20 responden (28,2%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 20 orang (28,2%) menyatakan Netral, sebanyak 4 orang (5,6%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 2 orang atau (2,8%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 39 Mencari referensi dan ulasan tentang Kanzler sebelum membeli.

Y7

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	5	7.0
3	Netral	18	25.4
4	Setuju	28	39.4
5	Sangat Setuju	20	28.2
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 28 orang (39,4%) menyatakan Setuju, sebanyak 20 responden (28,2%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 18 orang (25,4%) menyatakan Netral, dan sebanyak 5 orang (7,0%) menyatakan Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 40 Lebih mengingat Kanzler karena adanya Nicholas Saputra dalam iklan.

Y8

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	5	7.0
2	Tidak Setuju	9	12.7
3	Netral	22	31.0
4	Setuju	15	21.1
5	Sangat Setuju	20	28.2
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 22 orang (31,0%) menyatakan Netral, sebanyak 20 responden (28,2%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 15 orang (21,1%) menyatakan Setuju, sebanyak 9 orang (12,7%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 5 orang atau (7,0%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Netral.

Tabel 4. 41 **Minat terhadap Kanzler muncul setelah melihat iklan Nicholas Saputra.**

Y9

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	4.2
2	Tidak Setuju	8	11.3
3	Netral	23	32.4
4	Setuju	13	18.3
5	Sangat Setuju	24	33.8
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 24 orang (33,8%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 13 responden (18,3%) menyatakan Setuju, sebanyak 23 orang (32,4%) menyatakan Netral, sebanyak 8 orang (11,3%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 3 orang atau (4,2%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju.

Tabel 4. 42 **Pengalaman positif dengan Kanzler membuat ingin membelinya lagi.**

Y10

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	3	4.2
3	Netral	13	18.3
4	Setuju	29	40.8
5	Sangat Setuju	26	36.6
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 29 orang (40,8%) menyatakan Setuju, sebanyak 26 responden (36,6%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 13 orang (18,3%) menyatakan Netral, dan sebanyak 3 orang atau (4,2%) menyatakan Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 43 **Tertarik mencari informasi lebih lanjut tentang Kanzler setelah melihat iklan.**

Y11

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	4.2
2	Tidak Setuju	10	14.1
3	Netral	22	31.0
4	Setuju	14	19.7
5	Sangat Setuju	22	31.0
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 22 orang (31,0%) menyatakan Sangat Setuju dan sebanyak 22 responden (31,0%) menyatakan Netral, sebanyak 14 orang (19,7%) menyatakan Setuju, sebanyak 10 orang (14,1%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 3 orang atau (4,2%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju & Netral.

Tabel 4. 44 **Sering membandingkan Kanzler dengan produk sejenis lainnya sebelum membeli.**

Y12

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	2.8
3	Netral	12	16.9
4	Setuju	31	43.7
5	Sangat Setuju	26	36.6
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 31 orang (43,7%) menyatakan Setuju, sebanyak 26 responden (36,6%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 12 orang (16,9%) menyatakan Netral, dan sebanyak 2 orang atau (2,8%) menyatakan Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 45 **Iklan dengan Nicholas Saputra mempengaruhi pandangan terhadap brand Kanzler.**

Y13

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	4.2
2	Tidak Setuju	7	9.9
3	Netral	21	29.6
4	Setuju	18	25.4
5	Sangat Setuju	22	31.0
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 22 orang (31,0%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 18 responden (25,4%) menyatakan Setuju, sebanyak 21 orang (29,6%) menyatakan Netral, sebanyak 7 orang (9,9%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 3 orang atau (4,2%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Sangat Setuju.

Tabel 4. 46 **Lebih cenderung memilih Kanzler dibandingkan merek lain.**

Y14

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.4
2	Tidak Setuju	2	2.8
3	Netral	25	35.2
4	Setuju	24	33.8
5	Sangat Setuju	19	26.8
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 25 orang (35,2%) menyatakan Netral, sebanyak 19 responden (26,8%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 24 orang (33,8%) menyatakan Setuju, sebanyak 2 orang (2,8%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 1 orang atau (1,4%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Netral.

Tabel 4. 47 Akan merekomendasikan Kanzler kepada teman dan keluarga.

Y15

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	3	4.2
3	Netral	18	25.4
4	Setuju	29	40.8
5	Sangat Setuju	21	29.6
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 29 orang (40,8%) menyatakan Setuju, sebanyak 21 responden (29,6%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 18 orang (25,4%) menyatakan Netral, dan sebanyak 3 orang atau (4,2%) menyatakan Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 48 Cenderung membeli kembali Kanzler daripada merek lain.

Y16

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.8
2	Tidak Setuju	5	7.0
3	Netral	24	33.8
4	Setuju	20	28.2
5	Sangat Setuju	20	28.2
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 24 orang (33,8%) menyatakan Netral, sebanyak 20 responden (28,2%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 20 orang (28,2%) menyatakan Setuju, sebanyak 5 orang (7,0%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 2 orang atau (2,8%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Netral.

Tabel 4. 49 **Tetap memilih Kanzler meskipun ada merek lain yang lebih murah.**

Y17

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.8
2	Tidak Setuju	6	8.5
3	Netral	27	38.0
4	Setuju	19	26.8
5	Sangat Setuju	17	23.9
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 27 orang (38,0%) menyatakan Netral, sebanyak 17 responden (23,9%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 19 orang (26,8%) menyatakan Setuju, sebanyak 6 orang (8,5%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 2 orang atau (2,8%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Netral.

Tabel 4. 50 **Lebih percaya pada kualitas Kanzler dibandingkan merek lain.**

Y18

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	2.8
3	Netral	24	33.8
4	Setuju	22	31.0
5	Sangat Setuju	23	32.4
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 24 orang (33,8%) menyatakan Netral, sebanyak 23 responden (32,4%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 22 orang (31,0%) menyatakan Setuju, dan sebanyak 2 orang atau (2,8%) menyatakan Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Netral.

Tabel 4. 51 **Selalu mencari informasi terbaru tentang Kanzler.**

Y19

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	4.2
2	Tidak Setuju	10	14.1
3	Netral	24	33.8
4	Setuju	18	25.4
5	Sangat Setuju	16	22.5
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 24 orang (33,8%) menyatakan Netral, sebanyak 16 responden (22,5%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 18 orang (25,4%) menyatakan Setuju, sebanyak 10 orang (14,1%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 3 orang atau (4,2%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Netral.

Tabel 4. 52 **Tertarik membaca ulasan dan artikel terkait Kanzler.**

Y20

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	4.2
2	Tidak Setuju	6	8.5
3	Netral	22	31.0
4	Setuju	24	33.8
5	Sangat Setuju	16	22.5
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 24 orang (33,8%) menyatakan Setuju, sebanyak 16 responden (22,5%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 22 orang (31,0%) menyatakan Netral, sebanyak 6 orang (8,5%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 3 orang atau (4,2%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 53 Mencari ulasan pengguna lain tentang Kanzler setelah melihat iklan.

Y21

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	4	5.6
2	Tidak Setuju	8	11.3
3	Netral	19	26.8
4	Setuju	21	29.6
5	Sangat Setuju	19	26.8
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 21 orang (29,6%) menyatakan Setuju, sebanyak 19 responden (26,8%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 19 orang (26,8%) menyatakan Netral, sebanyak 8 orang (11,3%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 3 orang atau (4,2%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 54 Informasi yang diberikan oleh Nicholas Saputra dalam iklan sangat membantu.

Y22

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.4
2	Tidak Setuju	3	4.2
3	Netral	16	22.5
4	Setuju	32	45.1
5	Sangat Setuju	19	26.8
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 32 orang (45,1%) menyatakan Setuju, sebanyak 19 responden (26,8%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 16 orang (22,5%) menyatakan Netral, sebanyak 3 orang (4,3%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 1 orang atau (1,4%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Tabel 4. 55 Ingin memahami lebih dalam aspek positif dari Kanzler.

Y23

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	5	7.0
3	Netral	26	36.6
4	Setuju	24	33.8
5	Sangat Setuju	16	22.5
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 26 orang (36,6%) menyatakan Netral, sebanyak 16 responden (22,5%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 24 orang (33,8%) menyatakan Setuju, dan sebanyak 5 orang atau (7,0%) menyatakan Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Netral.

Tabel 4. 56 Menggunakan berbagai sumber untuk mendapatkan informasi lengkap tentang Kanzler Crispy Chicken Nugget.

Y24

No.	Status	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.4
2	Tidak Setuju	5	7.0
3	Netral	19	26.8
4	Setuju	25	35.2
5	Sangat Setuju	21	29.6
Jumlah		71	100%

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sebanyak 25 orang (35,2%) menyatakan Setuju, sebanyak 21 responden (29,6%) menyatakan Sangat Setuju, sebanyak 19 orang (26,8%) menyatakan Netral, sebanyak 5 orang (7,0%) menyatakan Tidak Setuju, dan sebanyak 1 orang atau (1,4%) menyatakan Sangat Tidak Setuju. Pada pernyataan ini mayoritas responden menyatakan Setuju.

Hasil Rata-Rata (Mean)

Berdasarkan hasil analisis, rata-rata jawaban yang diberikan oleh responden adalah *setuju* (rata-rata = 3,80 dan nilai tengah 3,71) dengan minat untuk membeli produk Kanzler. Hal ini terlihat dari rata-rata persebaran minat beli produk Kanzler responden dan *histogram* (Y). Berikut hasil analisisnya:

Tabel 4. 57 Persebaran Minat Beli Responden Terkait Produk Kanzler (Y)

Statistics		
MEAN_Y		
N	Valid	71
	Missing	0
Mean		3.80
Median		3.71

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Tabel 4. 58 Hasil Rata-Rata Jawaban Responden Pada Variabel Minat Beli (Y)
Hasil Rekapitulasi Minat Beli (Variabel Y)

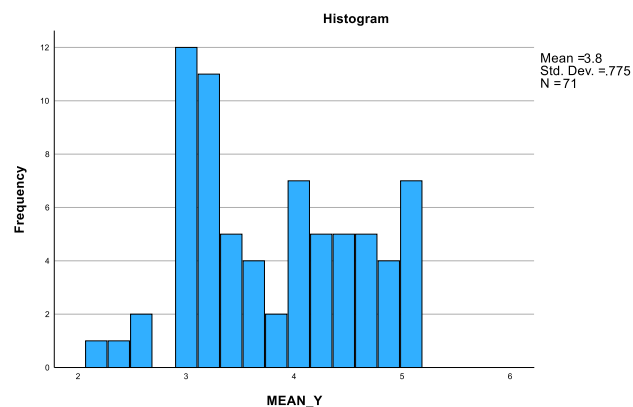
No.	Pernyataan Variabel Y	Mean
Y1	Pernah membeli Kanzler setelah melihat promosi dari Nicholas Saputra.	3.65
Y2	Berniat membeli kembali Kanzler di masa mendatang.	3.97
Y3	Iklan dengan Nicholas Saputra membuat lebih percaya pada kualitas Kanzler.	3.77
Y4	Merasa harga Kanzler sepadan dengan kualitasnya.	4.06
Y5	Puas dengan Kanzler setelah mencobanya.	4.13
Y6	Sering merekomendasikan Kanzler kepada teman dan keluarga.	3.80
Y7	Mencari referensi dan ulasan tentang Kanzler sebelum membeli.	3.89

No.	Pernyataan Variabel Y	Mean
Y8	Lebih mengingat Kanzler karena adanya Nicholas Saputra dalam iklan.	3.51
Y9	Minat terhadap Kanzler muncul setelah melihat iklan Nicholas Saputra.	3.66
Y10	Pengalaman positif dengan Kanzler membuat ingin membelinya lagi.	4.10
Y11	Tertarik mencari informasi lebih lanjut tentang Kanzler setelah melihat iklan.	3.59
Y12	Sering membandingkan Kanzler dengan produk sejenis lainnya sebelum membeli.	4.14
Y13	Iklan dengan Nicholas Saputra mempengaruhi pandangan terhadap brand Kanzler.	3.69
Y14	Lebih cenderung memilih Kanzler dibandingkan merek lain.	3.82
Y15	Akan merekomendasikan Kanzler kepada teman dan keluarga.	3.96
Y16	Cenderung membeli kembali Kanzler daripada merek lain.	3.72
Y17	Tetap memilih Kanzler meskipun ada merek lain yang lebih murah.	3.61
Y18	Lebih percaya pada kualitas Kanzler dibandingkan merek lain.	3.93
Y19	Selalu mencari informasi terbaru tentang Kanzler.	3.48
Y20	Tertarik membaca ulasan dan artikel terkait Kanzler.	3.62
Y21	Mencari ulasan pengguna lain tentang Kanzler setelah melihat iklan.	3.61

No.	Pernyataan Variabel Y	Mean
Y22	Informasi yang diberikan oleh Nicholas Saputra dalam iklan sangat membantu.	3.92
Y23	Ingin memahami lebih dalam aspek positif dari Kanzler.	3.72
Y24	Menggunakan berbagai sumber untuk mendapatkan informasi lengkap tentang Kanzler Crispy Chicken Nugget.	3.85
Jumlah		89.64
Rata-Rata (Pembulatan)		3.74 (3.80)

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Catatan: Sangat Tidak Setuju = 1, Tidak Setuju = 2, Netral = 3, Setuju = 4, Sangat Setuju = 5



Gambar 4. 8 Histogram Minat Beli Produk-Produk Kanzler (Y)

4.2.6. Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli)

Lebih lanjut penelitian ini juga melakukan uji validitas terhadap pertanyaan kuisisioner. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk menangkap nilai variabel Minat Beli (Y) memiliki nilai yang valid dan signifikan secara statistik ($Sig < 0,05$). Berikut hasil uji validitas.

Tabel 4. 59 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Minat Beli Produk Kanzler (Y)
(Populasi n =71)

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.793**	.755**	.822**	.675**	.664**	.788**	.669**	.865**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71

		Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.838**	.700**	.876**	.738**	.812**	.728**	.803**	.697**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71

		Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	TOTAL_Y
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.760**	.769**	.815**	.819**	.756**	.717**	.842**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

4.2.7. Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli)

Peneliti juga melakukan uji reabilitas terhadap pertanyaan kuisioner. Hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa bahwa semua item pertanyaan untuk menangkap nilai variabel Minat Beli Produk Kanzler (Y) memiliki nilai yang reliabel dan memiliki nilai *cronbach's alpha* 0,970 (Cronbach's Alpha > 0,70). Berikut hasil uji reabilitasnya:

Tabel 4. 60 Hasil Uji Reabilitas Pertanyaan Minat Beli Produk Kanzler (Y)
(Populasi n =71)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.970	24

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

4.2.8. Uji Regresi Linear

Berdasarkan hasil uji regresi linear, peneliti menemukan bahwa model yang menjadi faktor Nicholas Saputra sebagai *brand ambassador* mempengaruhi minat beli produk Kanzler sebesar 78,9% (*adjusted R Square*). Hal ini memperlihatkan bahwa faktor Nicholas Saputra sebagai *brand ambassador* cukup besar. Data tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4. 61 Model Summary Regresi Linear Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.890 ^a	.792	.789	8.538

a. Predictors: (Constant), Brand Ambassador

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Lebih lanjut, tabel ANOVA juga menunjukkan secara statistik signifikansi model yang menjadi faktor Nicholas Saputra sebagai *brand ambassador* dalam mempengaruhi minat beli produk-produk Kanzler (*P-value (sig) < 0, 05*). Dengan demikian model regresi linear sederhana ini mempengaruhi minat beli produk Kanzler secara statistic signifikan.

Tabel 4. 62 ANOVA Regresi Linear Sederhana

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19188.254	1	19188.254	263.233	<,001 ^b
	Residual	5029.718	69	72.894		
	Total	24217.972	70			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Brand Ambassador

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

Hasil koefisien model regresi linear sederhana tersebut juga menunjukkan bahwa semakin besar kesetujuan responden terhadap Nicholas Saputra sebagai *brand ambassador*, semakin besar mereka memiliki minat beli produk Kanzler. Hal ini terlihat dari koefisien yang bernilai positif ($B = 0,871$) serta signifikan secara statistic ($\text{Sig} < 0,05$). Dengan begitu, terlihat hubungan positif dari faktor terhadap Nicholas Saputra sebagai *brand ambassador* terhadap minat beli produk Kanzler.

Tabel 4. 63 Koefisien Regresi Linear Sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.701	5.002		2.339	.022
	Brand Ambassador	.871	.054	.890	16.224	<,001

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS V.29

4.3. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador* Nicholas Saputra pada produk Kanzler *Crispy Chicken Nugget* terhadap minat beli konsumen pada *followers* instagram @temankanzler. Penelitian ini dilakukan kepada 71 responden yaitu *followers* atau pengikut akun instagram @temankanzler. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin Perempuan sebanyak 39 orang atau 54,9% (Tabel 4.1), Berusia 24-29 tahun sebanyak 46 orang atau 64,8% (Tabel 4.2), Pekerjaan Pegawai Pemerintah sebanyak 21 orang atau 29,6% (Tabel 4.3), Pendidikan Terakhir 31 orang atau 43,7% (Tabel 4.4).

Pernyataan pada variabel X (*Brand Ambassador*) dan Variabel Y (Minat Beli) dalam penelitian ini telah memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji reliabilitas pada variabel X (*Brand Ambassador*) dan Variabel Y (Minat Beli) menunjukkan nilai Alpha hitung yang positif serta pada tingkat reliabilitas $> 0.80-1.000$ (Tabel 4.32 dan Tabel 4.60) maka data kuisisioner

variabel X dan variabel Y sangat reliabel. Berdasarkan dari hasil penelitian diperoleh sebagai berikut :

1. *Brand Ambassador*

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur *brand ambassador* memiliki 4 (empat) dimensi dapat dilihat dari pernyataan pada variabel X di kuisioner penelitian sesuai dengan teori *brand ambassador* rossiter dan Percy (2018:265). Hasil dari penilaian responden bahwa *brand ambassador* antara lain : *Visibility* (Kepopuleran), *Credibility* (Kredibilitas), *Attraction* (Daya Tarik), dan *Power* (Kekuatan) (Setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel pengaruh *brand ambassador* Nicholas Saputra pada produk Kanzler *Crispy Chicken Nugget* (X) sebesar 3,80 dan pernyataan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah “Nicholas Saputra memiliki reputasi yang baik di industri hiburan.” (X10) sebesar 4,45 (Tabel 4.30).

Pada dimensi kepopuleran dapat diartikan dengan seberapa terkenalnya atau seberapa jauh popularitas selebritis yang menjadi *brand ambassador* oleh target. Dengan pernyataan pada indikator “Saya mengetahui bahwa Nicholas Saputra adalah *brand ambassador* Kanzler *Crispy Chicken Nugget*.” (X1) memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,87 dengan persentase 40,8% menyatakan Setuju, 32,4% menyatakan Sangat Setuju, 12,7% menyatakan Netral, 7% menyatakan Tidak Setuju, dan 4,2% menyatakan Sangat Tidak Setuju (Tabel 4.5). Mayoritas responden Setuju Nicholas Saputra memiliki popularitas untuk menjadi *brand ambassador* Kanzler *Crispy Chicken Nugget*.

Pada dimensi Kredibilitas, Kredibilitas dilihat dari kemampuan selebritis yang dijadikan *brand ambassador*. Kredibilitas dilihat dari *expertise* (kemampuan pengetahuan selebritis tentang produk atau jasa yang didukungnya) dan *trustworthiness* (skill dari selebritis itu sendiri dalam memberi keyakinan untuk menggunakan produk atau jasa). Dengan pernyataan pada indikator “Nicholas Saputra memiliki reputasi yang baik di industri hiburan.” (X10) memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,45 dengan persentase 56,3% menyatakan Sangat Setuju, 32,4% menyatakan Setuju, dan 8% menyatakan Netral, (Tabel 4.14).

Mayoritas responden Sangat Setuju Nicholas Saputra memiliki reputasi yang baik untuk menjadi *brand ambassador* Kanzler *Crispy Chicken Nugget*.

Pada dimensi Daya Tarik dilihat dari *likability* (Saat target menyukai penampilan fisik *brand ambassador* maka target lebih gampang dipersuasi), *Non-Physical likability*, merupakan persepsi khalayak berkenaan dengan penampilan non fisik atau kepribadian *brand ambassador*, dan *ideal similarity* (kemiripan yang ideal antara target dengan selebritis). Dengan pernyataan pada indikator “Saya merasa Nicholas Saputra adalah sosok yang karismatik dan menarik.” (X14) memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,31 dengan persentase 46,5% menyatakan Sangat Setuju, 39,4% menyatakan Setuju, 12,7% menyatakan Netral, dan 1,4% menyatakan Tidak Setuju, (Tabel 4.18). Mayoritas responden Sangat Setuju Nicholas Saputra adalah sosok yang karismatik dan menarik untuk menjadi *brand ambassador* Kanzler *Crispy Chicken Nugget*.

Pada dimensi Kekuatan ini digunakan untuk menilai apakah seorang selebriti memiliki kemampuan untuk menarik dan membuat konsumen berkeinginan dalam menggunakan produksi yang dipromosikan oleh *brand ambassador*. Dengan pernyataan pada indikator “Saya merasa penasaran dan ingin mencoba Kanzler *Crispy Chicken Nugget* setelah melihat iklannya.” (X20) memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,83 dengan persentase 31,0% menyatakan Sangat Setuju, 33,8% menyatakan Setuju, 25,4% menyatakan Netral, 7,0% menyatakan Tidak Setuju, dan 2,8% menyatakan Sangat Tidak Setuju, (Tabel 4.24). Mayoritas responden Setuju Nicholas Saputra meningkatkan minat beli mereka terhadap produk Kanzler *Crispy Chicken Nugget*.

2. Minat Beli

Hasil penelitian dari keseluruhan responden didapatkan Minat Beli tergolong tinggi (Setuju), ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada Variabel Y sebesar 3,80 (Tabel 4.58). Dari semua dimensi Minat Beli, dimensi Minat Beli dengan indikator “Saya sering membandingkan Kanzler *Crispy Chicken Nugget* dengan produk sejenis lainnya sebelum membeli.” (Y12) memiliki nilai rata-rata tertinggi, yaitu sebesar 4,14 dengan persentase 36,6% menyatakan Sangat Setuju,

43,7% menyatakan Setuju, 16,9% menyatakan Netral, dan 2,8% menyatakan Tidak Setuju. Diketahui bahwa 31 responden atau 43,3% Setuju.

Pada dimensi Minat Transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa, misalnya penggemar Nicholas Saputra yang puas dengan produk Kanzler *Crispy Chicken Nugget* setelah mencobanya. Dengan pernyataan pada indikator “Saya merasa puas dengan produk Kanzler *Crispy Chicken Nugget* setelah mencobanya.” (Y5) memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,13 dengan persentase 39,4% menyatakan Sangat Setuju, 35,2% menyatakan Setuju, 23,9% menyatakan Netral, dan 1,4% menyatakan Tidak Setuju, (Tabel 4.37). Mayoritas responden Sangat Setuju dan merasa puas setelah mencoba produk Kanzler *Crispy Chicken Nugget*.

Pada dimensi Minat Referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Dengan pernyataan pada indikator “Saya sering membandingkan Kanzler *Crispy Chicken Nugget* dengan produk sejenis lainnya sebelum membeli.” (Y12) memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,14 dengan persentase 36,6% menyatakan Sangat Setuju, 43,7% menyatakan Setuju, 16,9% menyatakan Netral, dan 2,8% menyatakan Tidak Setuju, (Tabel 4.44). Mayoritas responden Setuju untuk membandingkan produk Kanzler *Crispy Chicken Nugget* dengan produk sejenis lainnya sebelum membeli.

Pada dimensi Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Dengan pernyataan pada indikator “Saya akan merekomendasikan Kanzler *Crispy Chicken Nugget* kepada teman dan keluarga.” (Y15) memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,96 dengan persentase 29,6% menyatakan Sangat Setuju, 40,8% menyatakan Setuju, 25,4% menyatakan Netral, dan 4,2% menyatakan Tidak Setuju, (Tabel 4.47). Mayoritas responden Setuju untuk merekomendasikan produk Kanzler *Crispy Chicken Nugget* kepada teman dan keluarga.

Pada dimensi Minat Eksploratif ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. Dengan pernyataan pada indikator “Saya merasa informasi yang diberikan oleh Nicholas Saputra dalam iklan sangat membantu.” (Y22) memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,92 dengan persentase 26,8% menyatakan Sangat Setuju, 45,1% menyatakan Setuju, 22,5% menyatakan Netral, 4,2% menyatakan Tidak Setuju, dan 1,4% menyatakan Sangat Tidak Setuju (Tabel 4.54). Mayoritas responden Setuju atas informasi yang diberikan oleh Nicholas Saputra dalam iklan sangat membantu.

3. Pengaruh *Brand Ambassador* Nicholas Saputra pada produk Kanzler *Crispy Chicken Nugget* terhadap Minat Beli konsumen

Berdasarkan hasil uji tersebut, penelitian ini memperlihatkan bahwa Nicholas Saputra sebagai *Brand Ambassador* Kanzler memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk-produk Kanzler. *Pertama-tama*, penelitian ini mengkonfirmasi bahwa para pengikut @temankanzler menilai positif Nicholas Saputra sebagai *brand ambassador*.

Hasil uji regresi linear menunjukkan secara statistik signifikansi model yang menjadi faktor Nicholas Saputra sebagai brand ambassador dalam mempengaruhi minat beli produk-produk Kanzler (P-value (sig) < 0, 05) dan *Adjusted R²* (.789) yang berarti Nicholas Saputra sebagai *Brand Ambassador* memiliki pengaruh yang sangat besar (78,9%) terhadap minat beli produk Kanzler *Crispy Chicken Nugget* bagi para pengikut @temankanzler. Sedangkan sisanya (21,1%) dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini. Semakin besar kesetujuan responden terhadap Nicholas Saputra sebagai *brand ambassador*, semakin besar mereka memiliki minat beli produk Kanzler *Crispy Chicken Nugget*. Hal ini terlihat dari koefisien yang bernilai positif (B = 0,871) serta signifikan secara statistik (Sig < 0,05).

Penelitian ini memperlihatkan bahwa periklanan produk Kanzler *Crispy Chicken Nugget* di Instagram melalui akun @temankanzler dan menggunakan Nicholas Saputra sebagai *brand ambassador* mampu mempengaruhi minat beli konsumen. Dengan begitu, Nicholas Saputra mampu menjalankan fungsinya *brand*

ambassador, yaitu: (1) memberikan kesaksian (*testimonial*); (2) memberikan dorongan dan penguatan (*endorsement*); (3) bertindak sebagai aktor dalam topik (iklan) yang diwakilinya; dan (4) bertindak sebagai juru bicara perusahaan (Firmansyah 2019 : 140).

Meskipun begitu, penelitian ini memiliki kelemahan mengingat populasi dari sampel penelitian merupakan mereka yang mengikuti akun @temankanzler. Keterbatasan sampel dari populasi tersebut menyebabkan penelitian ini tidak dapat merepresentasikan dan membandingkan keseluruhan populasi konsumen produk-produk sejenis kanzler. Hal ini memungkinkan terjadinya bias mengingat para responden yang semuanya mengikuti akun @temankanzler memang memiliki pandangan positif terhadap perusahaan Kanzler.