

## ABSTRAK

Seiring pertumbuhan ekonomi yang meningkat dan teknologi yang semakin maju, banyak produk - produk dengan fungsi yang sama beredar di pasaran, sehingga perusahaan bersaing memasarkan produk tersebut, salah satu cara mempromosikannya lewat jasa periklanan dengan menggunakan *celebrity endorser* sebagai informan. Maka dari itu dalam penelitian ini, penulis mengambil judul “Pengaruh *Celebrity Endorser* ( Mbah Maridjan) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Iklan Kuku Bima Ener-G”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* dilihat dari sumber kredibilitasnya ( *attractiveness*, *trustworthiness*, dan *expertise*) terhadap minat beli produk Kuku Bima Ener-G. Untuk mengukur dan menganalisa hubungan antara kedua variabel diatas, penulis menyebarkan kuesioner kepada 100 responden di sekitar Universitas Kristen Maranatha yang pernah menonton / melihat iklan Kuku Bima Ener-G dengan *celebrity endorser* Mbah Maridjan. Dalam penelitian ini metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah metode *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Tanggapan responden dihitung menggunakan metode regresi berganda SPSS 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *attractiveness* mempunyai  $\alpha > 0.05$  sehingga *attractiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. *Trustworthiness* memiliki  $\alpha < 0.05$  sehingga *trustworthiness* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. *Expertise* mempunyai  $\alpha < 0.05$  sehingga *expertise* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan regresi berganda yang menunjukkan bahwa *source credibility* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli karena pengaruh *source credibility* hanya sebesar 45.4% dan sisanya sebesar 54.6% dipengaruhi oleh faktor lain. Dari kesimpulan diatas, maka penulis mencoba untuk memberikan saran agar perusahaan memilih *celebrity endorser* yang lebih sesuai dengan kriteria produk untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

Kata Kunci : *Celebrity Endorsers* ( *Attractiveness*, *Trustworthiness*, *Expertise*) dan Minat Beli.

## **ABSTRACT**

*Along with the growth of economy and technological progress, a lot of products with the same function in the market, so the company competes the other, and one of the best way is advertisement with celebrity endorser as the speaker. In this research the writer choose the title "The Influence of celebrity endorser (Mbah Maridjan) to Enthusiasm Buy according to Kuku Bima ener-G advertisement. The aim of this research is to know how celebrity endorser influences the enthusiasm buy of Kuku Bima Ener-G product through his credibility (attractiveness, trustworthiness, expertise). To measure and analyze the two variables, the writer spreads questionnaire to 100 people in Maranatha Christian University who ever watch the advertisement. In this research, method that used by the writer is non probability sampling and purposive sampling methods. The result of questionnaire calculated with multiple regression method by using SPSS 16.0. The research shows that attractiveness has  $\alpha > 0.05$  so that it doesn't influence so much enthusiasm buy. Trustworthiness has  $\alpha < 0.05$  so that there is significant influence to enthusiasm buy. Expertise has  $\alpha < 0.05$  so that there is significant influence to enthusiasm buy. It can be seen from the calculation of multiple regression that shows us that source credibility doesn't have a significant influence because the influence of source credibility is just 45.4% and the rest 54.6% by other factor. From the conclusion above, the writer tries to give an advice that the company can choose the suitable celebrity endorser to increase enthusiasm buy of the product.*

*Keyword: Celebrity Endorsers (Attractiveness, Trustworthiness, Expertise) and Enthusiasm Buy*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN .....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian.....</b>	<b>6</b>



4.3.3.3 <i>Expertise</i> .....	61
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	62
4.4.1 <i>Attractiveness</i> .....	62
4.4.2 <i>Trustworthiness</i> .....	63
4.4.3 <i>Expertise</i> .....	63
4.5 Implikasi Manajerial.....	64
4.5.1 Perusahaan.....	64
4.5.2 Konsumen .....	65
4.5.3 <i>Celebrity Endorsers</i> .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	67
5.3 Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)</b>	

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 1 Rerangka Pemikiran .....</b>	<b>18</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Oprasionalisasi Variabel.....	23
Tabel II Skala Likert .....	27
Tabel III Reliabilitas Menurut Arikunto .....	30
Tabel IV <i>Attractiveness Correlations</i> .....	31
Tabel V <i>Trustworthiness Correlations</i> .....	32
Tabel VI <i>Expertise Correlations</i> .....	33
Tabel VII Minat Beli <i>Correlations</i> .....	34
Tabel VIII Uji Reliabilitas.....	35
Tabel IX Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel X Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel XI Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	39
Tabel XII Penampilan Mbah Maridjan dalam Iklan Kuku Bima Ener-G Menarik.....	40
Tabel XIII Penampilan Mbah Maridjan dalam Iklan Kuku Bima Ener-G Terlihat Berwibawa .....	41
Tabel XIV Penampilan Mbah Maridjan dalam Iklan Kuku Bima Ener-G Terlihat Dewasa .....	42
Tabel XV Penampilan Mbah Maridjan dalam Iklan Kuku Bima Ener-G Terkesan Kebapaan.....	43
Tabel XVI Penampilan Mbah Maridjan dalam Iklan Kuku Bima Ener-G Terlihat Antusias .....	44

<b>Tabel XVII Mbah Maridjan Layak Dipertahankan Sebagai Model Iklan Kuku Bima Ener-G.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel XVIII Dalam Menyampaikan Pesan Iklan Kuku Bima Ener-G Mbah Maridjan Mengatakannya Dengan Jujur .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel XIX Dalam Menyampaikan Pesan Iklan Kuku Bima Ener-G Mbah Maridjan Dapat Diandalkan .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel XX Mbah Maridjan Menyampaikan Pesan Iklan Kuku Bima Ener-G Dengan Tulus .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel XXI Dalam Menyampaikan Pesan Iklan Kuku Bima Ener-G Mbah Maridjan Dapat Dipercaya.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel XXII Mbah Maridjan Memiliki Keahlian Yang Memadai Tentang Produk Kuku Bima Ener-G Sehingga Layak Menjadi Model Iklan Kuku Bima Ener-G.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel XXIII Mbah Maridjan Mempunyai Pengalaman Yang Memadai Berkaitan Dengan Produk Kuku Bima Ener-G Sehingga Layak Menjadi Model Iklan Kuku Bima Ener-G .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel XXIV Mbah Maridjan Mempunyai Pengetahuan Yang Memadai Tentang Produk Kuku Bima Ener-G Sehingga Layak Menjadi Model Iklan Kuku Bima Ener-G.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel XXV Mbah Maridjan Memenuhi Syarat Untuk Mengiklankan Produk Kuku Bima Ener-G.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel XXVI Mbah Maridjan Cukup Terlatih Sebagai Model Iklan Sehingga Layak Menjadi Model Iklan Kuku Bima Ener-G .....</b>	<b>54</b>



<b>Tabel XXVII Setelah Melihat Iklan Kuku Bima Ener-G Dengan Model Iklan Mbah Maridjan, Saya Tertarik Untuk Mencari Informasi Tentang Produk Tersebut .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel XXVIII Setelah Melihat Iklan Kuku Bima Ener-G Dengan Model Iklan Mbah Maridjan, Saya Mempertimbangkan Untuk Membeli Produk Tersebut Jika Saya Memerlukannya .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel XXIX Setelah Melihat Iklan Kuku Bima Ener-G Dengan Model Iklan Mbah Maridjan, Saya Tertarik Untuk Membeli Produk Tersebut Jika Saya Memerlukannya.....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel XXX Model Summary.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel XXXI Anova .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel XXXII <i>Coefficients</i> .....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran A Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....</b>	<b>72</b>
<b>Lampiran B Hasil Uji Regresi .....</b>	<b>87</b>
<b>Lampiran C Karakteristik Responden.....</b>	<b>94</b>
<b>Lampiran D Input Data .....</b>	<b>98</b>