

ABSTRACT

One creative way in making advertising via television is to promoting a product and attract the attention of potential consumers is using Celebrity endorser. By using the Celebrity endorsers expected the potential consumers to seeking information about a product that was presented, so there is an interest to buy the product. Writers interested in researching Celebrity endorser (Daniel Mananta) effect on a Honda Vario motorcycle advertisement of interest in consumer purchasing conducted around Maranatha Christian University Bandung. Celebrity endorsers can be judged by the credibility of attractiveness, trustworthiness, expertise. This research was conducted by using non-probability sampling methods by spreading the questionnaire to 100 respondents in which the respondents is communities around the Maranatha Christian University Bandung who has ever see the Honda Vario motorcycle advertisement. The selection of respondents carried out by using multiple linear regression method after that data were analyzed quantitatively using SPSS 16.0. programme. Daniel Mananta influence as the Celebrity endorsers of consumer interest in purchasing a Honda Vario motorcycle was 47.7%, where the value is large enough on consumer buying interest effect in motorcycles Honda Vario. While the remaining 52.3% are influenced by other factors. Then from three variables of Celebrity endorser, variables that have a dominant influence on consumer interest in buying Honda Vario motorcycle is Trustworthiness and Expertise. Authors giving suggestions to the company to always have an innovative to an advertisement of the product and not always use same celebrity.

Keyword : Celebrity endorsers, Attractiveness, Trustworthiness, Expertise and Interest Purchasing.

ABSTRAK

Salah satu cara kreatif dalam membuat iklan melalui media televisi untuk mempromosikan suatu produk dan menarik perhatian calon konsumen adalah menggunakan *Celebrity Endorser*. Dengan menggunakan *Celebrity Endorser* diharapkan calon konsumen mencari informasi tentang produk yang dibawakan sehingga muncul minat beli untuk membeli produk tersebut. Disini penulis tertarik untuk meneliti pengaruh *Celebrity Endorser* (Daniel Mananta) pada iklan sepeda motor Honda Vario terhadap minat beli konsumen yang dilakukan di sekitar lingkungan Universitas Kristen Maranatha Bandung. *Celebrity Endorsers* dapat dinilai dari kredibilitas *attractiveness*, *trustworthiness*, *expertise*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada 100 responden dimana respondennya masyarakat di sekitar Univeritas Kristen Maranatha Bandung yang pernah melihat iklan sepeda motor Honda Vario. Pemilihan responden dilakukan dengan menggunakan metode *regresi linier berganda* dan data kemudian dianalisa secara kuantitatif dengan menggunakan program SPSS 16.0. Pengaruh Daniel Mananta sebagai *Celebrity Endorsers* terhadap minat beli konsumen pada sepeda motor Honda Vario adalah 47,7%, dimana nilai tersebut cukup besar pengaruhnya terhadap minat beli konsumen pada sepeda motor Honda Vario. Sedangkan sisanya 52,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Kemudian dari ketiga variabel *Celebrity Endorser*, variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap minat beli konsumen pada sepeda motor Honda Vario adalah *Trustworthiness* dan *Expertise*. Penulis mengajukan saran sebaiknya perusahaan selalu melakukan inovatif terhadap iklan dari produknya dan tidak selalu menggunakan selebriti yang sama.

Kata kunci : *Celebrity endorsers*, *Attractiveness*, *Trustworthiness*, *Expertise* dan Minat beli

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 <i>Celebrity Endorser</i>	9
2.1.1 Peran <i>Celebrity Endorser</i>	10
2.1.2 Kriteria <i>Celebrity Endorser</i>	11
2.1.3 Karakteristik <i>Celebrity Endorser</i>	12
2.1.4 <i>Source Credibility Scale</i>	15
2.1.5 Evaluasi Penggunaan <i>Celebrity Endorser</i>	16

2.2	Minat Beli	18
2.2.1	Faktor Pembentuk Minat Beli	18
2.3	Kerangka Pemikiran	19
2.4.	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli	21
2.4.1	Berdasarkan Penelitian Terdahulu	21
2.4.2	Hubungan Antara Konsep	21
2.5	Hipotesis	23

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	24
3.2	Jenis Penelitian	24
3.3	Profil Produk dan Profil <i>Celebrity Endorser</i>	24
3.3.1	Sekilas tentang Astra Honda Motor (AHM)	24
3.3.2	Pilihan Warna Honda Vario	26
3.3.3	Profil <i>Celebrity Endorser</i>	26
3.4	Operasional Variabel	27
3.5	Populasi dan Sampel	31
3.6	Teknik Pengambilan Sampel	32
3.7	Teknik Pengumpulan Data	32
3.8	Teknik Pengolahan Data	34
3.9	Analisis Data	34
3.9.1	Normalitas	34
3.9.2	Validitas	35
3.9.3	Reliabilitas	35

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Responden	36
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	38
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang Saku Perbulan	39
4.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>Celebrity Endorser</i> (Daniel Mananta) Pada Sepeda Motor Honda Vario	40
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>) Yang Disampaikan <i>Celebrity Endorser</i> (Daniel Mananta)	41
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>) Yang Disampaikan <i>Celebrity Endorser</i> (Daniel Mananta)	46
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Keahlian (<i>Expertise</i>) Yang Disampaikan <i>Celebrity Endorser</i> (Daniel Mananta)	52
4.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli Sepeda Motor Honda Vario	58
4.3	Hasil Uji Normalitas	62
4.3.1	Uji Normalitas	62
4.4	Hasil Uji Validitas	64
4.4.1	Validitas <i>Attractiveness</i>	64
4.4.2	Validitas <i>Trustworthiness</i>	65

4.4.3	Validitas <i>Expertise</i>	66
4.4.4	Validitas Minat Beli	68
4.5	Hasil Reliabilitas	69
4.6	Hasil Pengujian Asumsi Regresi, Pengujian Hipotesis <i>Celebrity Endorser</i> , dan Hasil Pengujian Asumsi Regresi Berganda yang terdiri dari Variabel <i>Attractiveness</i> , <i>Trustworthiness</i> , dan <i>Expertise</i>	70
4.6.1	Hasil Pengujian Asumsi Regresi Berganda yang terdiri dari Variabel <i>Attractiveness</i> , <i>Trustworthiness</i> , dan <i>Expertise</i>	70
4.6.2	Pengujian Hipotesis <i>Celebrity Endorser</i>	71
4.6.3	Hasil Pengujian Asumsi Regresi <i>Celebrity Endorser</i>	73
4.6.3.1	<i>Attractiveness</i>	73
4.6.3.2	<i>Trustworthiness</i>	74
4.6.3.3	<i>Expertise</i>	74
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	75
5.3	Saran	76
 DAFTAR PUSTAKA		78
 LAMPIRAN		80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Gambar Kerangka Pemikiran.....	20
------------	--------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Peta Penjualan Motor Matic 2009.....	4
Tabel 1.2	Penjualan Sepeda Motor Honda Januari-Maret 2011.....	5
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan/uang saku perbulan.....	39
Tabel 4.4	Tanggapan Reponden Mengenai Penampilan Daniel Mananta terlihat Menarik.....	41
Tabel 4.5	Tanggapan Reponden Mengenai Penampilan Daniel Mananta terlihat Berkelas.....	41
Tabel 4.6	Tanggapan Reponden Mengenai Penampilan Daniel Mananta terlihat Tampan.....	42
Tabel 4.7	Tanggapan Reponden Mengenai Penampilan Daniel Mananta terkesan Elegan.....	43
Tabel 4.8	Tanggapan Reponden Mengenai Penampilan Daniel Mananta terkesan Berwibawa.....	44
Tabel 4.9	Tanggapan Responden secara keseluruhan mengenai <i>Attractiveness</i>	45
Tabel 4.10	Tanggapan Reponden Mengenai Kelayakan Daniel Mananta sebagai model iklan Sepeda Motor Honda Vario.....	46
Tabel 4.11	Tanggapan Reponden Mengenai Kejujuran Daniel Mananta sebagai model iklan Sepeda Motor Honda Vario.....	47
Tabel 4.12	Tanggapan Reponden Mengenai Keandalan Daniel Mananta sebagai model iklan Sepeda Motor Honda Vario.....	48
Tabel 4.13	Tanggapan Reponden Mengenai Ketulusan Daniel Mananta sebagai model iklan Sepeda Motor Honda Vario.....	49
Tabel 4.14	Tanggapan Reponden Mengenai Pesan iklan Sepeda Motor Honda Vario yang disampaikan Daniel Mananta dapat dipercaya.....	50

Tabel 4.15	Tanggapan Responden secara keseluruhan mengenai <i>Trustworthiness</i>	51
Tabel 4.16	Tanggapan Reponden Mengenai Keahlian Daniel Mananta yang memadai tentang Motor sehingga layak menjadi model iklan Sepeda Motor Honda Vario	52
Tabel 4.17	Tanggapan Reponden Mengenai Pengalaman Daniel Mananta yang memadai tentang Motor sehingga layak menjadi model iklan Sepeda Motor Honda Vario	53
Tabel 4.18	Tanggapan Reponden Mengenai Pengetahuan Daniel Mananta yang memadai tentang Motor sehingga layak menjadi model iklan Sepeda Motor Honda Vario	54
Tabel 4.19	Tanggapan Reponden Mengenai Daniel Mananta memenuhi syarat untuk mengiklankan iklan Sepeda Motor Honda	55
Tabel 4.20	Tanggapan Reponden Mengenai Daniel Mananta cukup terlatih menjadi model iklan Sepeda Motor Honda	56
Tabel 4.21	Tanggapan Responden secara keseluruhan mengenai <i>Expertise</i>	57
Tabel 4.22	Tanggapan Responden mengenai Ketertarikan untuk mencari informasi tentang Sepeda Motor Honda Vario	58
Tabel 4.23	Tanggapan Responden mengenai Ketertarikan mempertimbangkan untuk membeli Sepeda Motor Honda Vario	59
Tabel 4.24	Tanggapan Responden mengenai Ketertarikan untuk membeli Sepeda Motor Honda Vario	60
Tabel 4.25	Tanggapan Responden secara keseluruhan mengenai Minat Beli	61
Tabel 4.26	Hasil Uji Normalitas 1	62
Tabel 4.27	Hasil Uji Normalitas 2	63
Tabel 4.28	Pengujian Validitas <i>Attractiveness</i>	64
Tabel 4.29	Pengujian Validitas <i>Trustworthiness</i>	65
Tabel 4.30	Pengujian Validitas <i>Expertise</i>	66
Tabel 4.31	Pengujian Validitas Minat Beli	68
Tabel 4.32	Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.33	Pengujian Asumsi Regresi Berganda	71

Tabel 4.34	Pengujian Hipotesis.....	71
Tabel 4.35	Pengujian Asumsi Regresi.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuisisioner dan Tabulasi Data.....	81
Lampiran B	Output Profile Responden dan Tanggapan Responden.....	87
Lampiran C	Uji Normalitas.....	95
Lampiran D	Uji Validitas.....	98
Lampiran E	Uji Reliabilitas.....	102
Lampiran F	Uji Regresi.....	107