

ABSTRACT

As we all know that competition in the retail world becoming more and more, the manufacturers are increasingly forced to work harder. And one of the tools to be able to attract the attention of consumers is to use media advertising, where ads are done using a celebrity who adds selling these products. Therefore in this study, researchers took the title "The Influence of Celebrity Endorsers (Sule) The Consumer Purchase Interest in KARTU AS products at Maranatha Christian University Bandung". The purpose of this research is to know the how much influence Celebrity Endorsers on consumer buying interest against KARTU AS product. A sample has taken using the method of sampling non probability with purposive sampling. The results showed that the Celebrity Endorsers significantly influence buying interest KARTU AS products by consumers.

Keywords: celebrity endorsers, purchase interest

ABSTRAK

Seperti kita ketahui bahwa persaingan dalam dunia ritel semakin lama semakin banyak, maka produsen pun semakin dipaksa untuk dapat bekerja lebih keras. Dan salah satu alat untuk dapat menarik perhatian konsumen adalah dengan menggunakan media iklan, dimana iklan yang dilakukan menggunakan selebriti yang menambah nilai jual produk tersebut. Oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti mengambil judul “Pengaruh *Celebrity Endosers* (Sule) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk KARTU AS di Universitas Kristen Maranatha Bandung”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Celebrity Endosers* terhadap minat beli konsumen terhadap produk KARTU AS. Sampel diambil dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endosers* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk KARTU AS oleh konsumen.

Kata kunci : *celebrity endosers*, minat beli

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Pengertian Periklanan	8
2.1.1 Tujuan Iklan.....	8
2.1.2 Sifat-sifat Iklan	10
2.1.3 Jenis Utama Periklanan	11
2.1.4 Langkah-langkah Periklanan.....	12
2.2 Kredibilitas Sumber (<i>Source Credibility</i>)	15
2.2.1 Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>).....	16
2.2.2 Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>).....	18
2.2.3 Keahlian (<i>Expertise</i>)	19
2.3 Endoser Sebagai Penyampaian Pesan Iklan.....	20
2.3.1 Para Selebriti Pendukung	20
2.3.2 Minat Beli Konsumen	21
2.3.3 Pengertian Minat Beli Konsumen.....	22
2.3.4 Proses Keputusan Pembelian.....	23
2.3.5 Pengaruh <i>Celebrity Endoser</i> terhadap Minat Beli Konsumen	26

2.3.6 Dukungan Selebriti Sebagai Strategi	27
2.4 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Objek Penelitian	31
3.2 Jenis Penelitian	31
3.3 Definisi Operasional Variabel	34
3.4 Populasi Dan Sampel	37
3.4.1 Metode dan Kriteria Pengambilan Sampel	37
3.4.2 Jumlah Sampel	38
3.4.3 Alat Analisis	38
3.4.3.1 Uji Validitas	38
3.4.3.2 Uji Reliabilitas	43
3.4.3.3 Regresi Linear dan Regresi Linear Berganda	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Karakteristik Responden	47
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	47
4.1.2 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.1.3 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	49
4.1.4 Analisis Karakteristik Responden yang Pernah Menonton/ Melihat Iklan Kartu As	50
4.2 Hasil Pengujian Hipotesis	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	59
LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian

Lampiran B Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran C Uji Regresi

Lampiran D Karakteristik Responden

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Types of Celebrity Appeals.....	29
Tabel II Operasionalisasi Variabel Independent	36
Tabel III Operasionalisasi Variabel (Variabel Dependen)	37
Tabel IV Pengujian Validitas <i>Attractiveness</i>	40
Tabel V Pengujian Validitas <i>Trustworthness</i>	41
Tabel VI Pengujian Validitas <i>Expertise</i>	42
Tabel VII Pengujian Validitas Minat Beli	43
Tabel VIII <i>Croancbach alpha</i>	44
Tabel IX Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel X Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel XI Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	49
Tabel XII Karakteristik Responden yang Pernah Menonton Iklan Kartu As	50
Tabel XIII Model Summary	51
Tabel XIV Anova	51
Tabel XV Coefficients	52