

ABSTRAK

Persaingan bisnis motor yang semakin ketat, menyebabkan pihak perusahaan saat ini bersaing mengiklankan produknya melalui penggunaan celebrity endorser. Celebrity yang digunakan sebagai endorser pada sebuah produk akan membuat sebuah produk lebih mudah untuk dikenal dan diingat oleh masyarakat karena efek dari celebrity tersebut yang mungkin sudah lebih familiar di mata masyarakat daripada menggunakan endorser yang bukan dari kalangan celebrity. Karena disadari celebrity memberikan efek pada produk yang diiklankannya maka salah satu hal yang ingin dicapai perusahaan dalam penggunaan celebrity endorser adalah meningkatkan brand image dari produk yang diiklankan oleh celebrity tersebut. berkenaan dengan hal tersebut, maka penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi variabel celebrity endorser terdapat pengaruh atau tidaknya terhadap brand image suatu produk. Sampel diambil dengan menggunakan metode purposive sampling. Model regresi sederhana digunakan dalam penelitian ini sebagai metode analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa celebrity endorser memiliki pengaruh positif terhadap brand image. Maka dari itu pemilihan celebrity yang akan digunakan sebagai endorser sebuah produk harus benar-benar diperhatikan karena akan mempengaruhi image dari produk tersebut.

Kata kunci : *Celebrity endorser, Brand image*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9

2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.2 Periklanan.....	10
2.1.3 Celebrity Endorser.....	17
2.1.4 Brand Image.....	24
2.2 Hubungan Antar Konsep.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Objek Penelitian.....	35
3.2 Jenis Penelitian.....	35
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.4 Populasi dan Sampel.....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Karakteristik Responden.....	48
4.1.1 Jenis Kelamin.....	48
4.1.2 Usia.....	49

4.1.3 Pendidikan.....	50
4.2 Tanggapan Responden atas Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i>	
terhadap <i>brand image</i>	51
4.2.1 Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Celebrity Endorser</i>	98
4.2.2 Tanggapan Responden Berdasarkan <i>Brand Image</i>	99
4.3 Uji validitas dan Reliabilitas.....	99
4.3.1 Uji Validitas.....	99
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	101
4.4 Uji Hipotesis.....	105
4.5 Uji Regresi.....	106
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	111
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I	Pilihan Produk.....	6
Tabel II	Pilihan Celebrity Endorser.....	6
Tabel III	Defisini Operasional.....	37
Tabel IV	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel V	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel VI	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53
Tabel VII	Pernyataan responden mengenai penampilan Agnes Monica dalam iklan motor vario menarik.....	54
Tabel VIII	Pernyataan responden mengenai penampilan Agnes Monica dalam iklan motor vario terlihat berkelas.....	55
Tabel IX	Pernyataan responden mengenai penampilan Agnes Monica dalam iklan motor Vario terlihat cantik.....	56
Tabel X	Pernyataan responden mengenai penampilan Agnes Monica dalam iklan motor Vario terkesan elegan.....	57
Tabel XI	Pernyataan responden mengenai penampilan Agnes Monica dalam iklan motor Vario seksi.....	58
Tabel XII	Pernyataan responden mengenai Agnes Monica layak dipertahankan sebagai model iklan motor Vario.....	59
Tabel XIII	Pernyataan responden mengenai dalam menyampaikan pesan iklan motor Vario, Agnes Monica mengatakan dengan jujur.....	60

Tabel XIV	Pernyataan responden mengenai dalam menyampaikan pesan iklan motor Vario, Agnes Monica dapat diandalkan.....	61
Tabel XV	Pernyataan responden mengenai Agnes Monica menyampaikan pesan iklan motor Vario dengan tulus.....	62
Tabel XVI	Pernyataan responden mengenai dalam menyampaikan pesan iklan motor Vario, Agnes Monica dapat dipercaya.....	63
Tabel XVII	Pernyataan responden mengenai Agnes Monica memiliki keahlian yang memadai sehingga layak menjadi model iklan motor Vario.....	64
Tabel XVIII	Pernyataan responden mengenai Agnes Monica mempunyai pengalaman yang memadai sehingga layak menjadi model iklan motor Vario.....	65
Tabel XIX	Pernyataan responden mengenai Agnes Monica mempunyai pengetahuan yang memadai sehingga layak menjadi model iklan motor Vario.....	66
Tabel XX	Pernyataan responden mengenai Agnes Monica memenuhi syarat mengiklankan motor Vario.....	67
Tabel XXI	pernyataan responden mengenai Agnes Monica cukup terlatih sebagai model iklan sehingga layak menjadi model iklan motor Vario.....	68
Tabel XXII	Pernyataan responden mengenai Agnes cocok sebagai model iklan karena sosok Agnes yang terkenal dapat mengkomunikasikan bahwa motor Vario merupakan produk yang sudah dikenal luas.....	69

Tabel XXIII	Pernyataan responden mengenai Agnes cocok sebagai model iklan karena Agnes merupakan selebritis yang tulus dalam menyampaikan pesan iklan.....	70
Tabel XXIV	Pernyataan responden mengenai Agnes cocok sebagai model iklan karena Agnes merupakan selebritis yang menyenangkan dalam menyampaikan pesan iklan.....	71
Tabel XXV	Pernyataan responden mengenai Agnes cocok sebagai model iklan karena Agnes merupakan selebritis yang dapat dipercaya dalam menyampaikan pesan iklan.....	72
Tabel XXVI	Pernyataan responden mengenai Agnes merupakan model iklan yang berusia remaja/muda sehingga tepat untuk menyampaikan pesan iklan bahwa motor Vario adalah produk untuk remaja/kaum muda.....	73
Tabel XXVII	Pernyataan responden mengenai Agnes merupakan model iklan yang <i>dinamis</i> dan up to date sehingga tepat untuk menyampaikan pesan iklan bahwa motor Vario adalah produk yang sesuai trend masa kini.....	74
Tabel XXVIII	Pernyataan responden mengenai Agnes merupakan model iklan yang mencirikan remaja/kaum muda saat ini sehingga tepat untuk menyampaikan pesan iklan bahwa motor Vario adalah produk yang menunjang dalam pergaulan remaja/kaum muda.....	75

Tabel XXIX	Pernyataan responden mengenai Agnes merupakan selebriti kelas atas sehingga tepat untuk menyampaikan pesan iklan bahwa motor Vario adalah produk yang berkualitas tinggi.....	76
Tabel XXX	Pernyataan responden mengenai Agnes merupakan model iklan yang mampu memberikan inspirasi untuk remaja/kaum muda sehingga tepat untuk menyampaikan pesan iklan kepada remaja/kaum muda.....	77
Tabel XXXI	Pernyataan responden mengenai Agnes merupakan model iklan yang mampu memberikan inspirasi untuk memutuskan motor seperti apa yang sebaiknya digunakan sehingga tepat untuk menyampaikan pesan iklan kepada remaja yang seringkali terpengaruh dengan pengaruh teman ataupun orang-orang sekelilingnya.....	78
Tabel XXXII	Pernyataan responden mengenai untuk menyampaikan pesan iklan karena Agnes memiliki karier unggul dibandingkan selebritis lainnya sehingga menimbulkan rasa respek/hormat anda.....	79
Tabel XXXIII	Pernyataan responden mengenai Agnes merupakan model iklan yang tepat untuk menyampaikan pesan iklan karena Agnes benar-benar memahami produk motor Vario sehingga menimbulkan rasa percaya anda.....	80

Tabel XXXIV	Pernyataan responden mengenai Agnes merupakan model iklan yang tepat karena Agnes mampu mengkomunikasikan pesan iklan dengan penuh percaya diri sehingga menimbulkan rasa percaya diri anda bila menggunakan motor Vario.....	81
Tabel XXXV	Pernyataan responden mengenai Agnes merupakan selebritis yang cocok digunakan sebagai model iklan motor Vario sehingga tepat untuk menyampaikan pesan iklan.....	82
Tabel XXXVI	Pernyataan responden mengenai Agnes merupakan selebritis yang memiliki ciri khas sehingga dapat mengkomunikasikan motor Vario merupakan produk motor yang berbeda dengan motor lainnya baik dari sisi kualitas, design dan berbagai hal lainnya.....	83
Tabel XXXVII	Pernyataan responden mengenai Vario merupakan merek yang cocok/sesuai untuk remaja/kaum muda.....	84
Tabel XXXVIII	Pernyataan responden mengenai Vario dibandingkan Produk-produk sejenis lainnya, merupakan merek yang lebih menekankan sisi kaum muda.....	85
Tabel XXXIX	Pernyataan responden mengenai Vario merupakan merek yang terpercaya untuk remaja/kaum muda.....	86
Tabel XL	Pernyataan responden mengenai Vario mampu meyakinkan anda akan manfaat produk yaitu kualitas yang baik.....	87

Tabel XLI	Pernyataan responden mengenai Vario mampu meyakinkan Anda akan manfaat produk yaitu produk yang trendy.....	88
Tabel XLII	Pernyataan responden mengenai Vario mampu meyakinkan anda akan manfaat produk yaitu produk yang aman untuk digunakan.....	89
Tabel XLIII	Pernyataan responden mengenai Vario mendorong anda untuk membeli dan menggunakannya pada saat ini.....	90
Tabel XLIV	Pernyataan responden mengenai Vario tetap mampu meyakinkan anda akan manfaat produk pada masa yang akan datang.....	91
Tabel XLV	Pernyataan responden mengenai Vario dibandingkan merek sejenis lainnya mendorong anda untuk membeli dan menggunakannya pada masa yang akan datang.....	92
Tabel XLVI	Pernyataan responden mengenai anda lebih mudah menerima pesan dalam iklan motor Vario versi “Agnes Monica” daripada iklan Vario yang diiklankan oleh model iklan lainnya.....	93
Tabel XLVII	Pernyataan responden mengenai iklan motor Vario versi “Agnes Monica” merupakan iklan yang secara keseluruhan memiliki konsistensi pesan.....	94
Tabel XLVIII	Pernyataan responden mengenai iklan motor Vario versi “Agnes Monica” memiliki konsistensi pesan dengan	

	iklan motor Vario versi lainnya.....	95
Tabel XLIX	Pernyataan responden mengenai Vario diakui memiliki kualitas yang sejajar dengan produk-produk Motor lainnya.....	96
Tabel L	Pernyataan responden mengenai Vario tidak hanya bermanfaat sebagai kendaraan tetapi juga memberikan berbagai manfaat lainnya misalnya bagasi yang luas.....	97
Tabel LI	Pernyataan responden mengenai unik dan berbeda sebagai produk yang memiliki design unik misalnya standar samping otomatis.....	98
Tabel LII	Pernyataan responden mengenai Vario unik dan berbeda sebagai produk yang memberikan manfaat yang banyak namun tetap dijual dengan harga bersaing.....	99
Tabel LIII	Pernyataan responden mengenai dapat dipandang unik dan berbeda pada masa yang akan datang karena merupakan produk yang memiliki keunikan tersendiri.....	100
Tabel LIV	Tabel Tanggapan Responden Berdasarkan Celebrity Endorse.....	101
Tabel LV	Tabel Tanggapan Responden Berdasarkan Brand Image.....	102
Tabel LVI	Tabel Validitas X.....	102
Tabel LVII	Tabel Validitas Y.....	104
Tabel LVIII	Tabel Reliabilitas X.....	105
Tabel LIX	Tabel Item Total Statistic Reliabilitas X.....	106
Tabel LX	Tabel Reliabilitas Y Awal.....	107
Tabel LXI	Tabel Item Total Statistic Reliabilitas Y Awal.....	107
Tabel LXII	Tabel Reliabilitas Y Akhir.....	108
Tabel LXIII	Tabel Item Total Statistic Reliabilitas Y Akhir.....	109