

## **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli motor Yamaha GT 125 untuk Mahasiswa Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda untuk melihat pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli motor Yamaha GT 125 pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa pengaruh pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli motor Yamaha GT 125 tergolong kuat dilihat dari nilai  $R = 15.6\%$ . keputusan pembelian motor Yamaha dipengaruhi oleh *celebrity endorser*, sedangkan 84.4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

## **Abstract**

The purpose in this study is to determine how much the impact of celebrity endorser on interest to buy Yamaha GT 125 motorcycle on Economics Students Maranatha Christian University Bandung circle. The method used in this research are multiple regresi method to see the effect of Brand Image and Advertising on purchasing decisions and Honda motors using correlation coefficients to determine how much the impact of celebrity endorser on interest to buy Yamaha GT 125 motorcycle on Economics Students Maranatha Christian University Bandung circle. Based on the results of analysis show that the influence of Brand Image and Advertising on purchasing decisions pertained Honda motorcycle strong views on the value of  $R = 15.6\%$ . of purchase decisions are influenced by the Yamaha celebrity endorder , while  $84.4\%$  is influenced by other factors not examined.

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL .....	
HALAMAN PENESAHAN .....	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN .....	
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN .....	
KATA PENGANTAR .....	
<i>ABSTRACT</i> .....	
ABSTRACT .....	
DAFTAR ISI .....	
DAFTAR GAMBAR .....	
DAFTAR TABEL .....	
DAFTAR LAMPIRAN .....	
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat penelitian .....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	13
2.1 Kajian Pustaka .....	13
2.1.1 Iklan .....	13
2.1.2 Pesan Iklan .....	19
2.1.3 Sikap Konsumen .....	20

2.1.4 Minat Beli .....	22
2.1.5 selebrity endorser .....	24
2.1.6 Daya Tarik (attractiveness) .....	25
2.1.7 Kepercayaan (trustworthisness) .....	26
2.1.8 Keahlian (expertise) .....	27
2.2 Rerangka Teoritis .....	29
2.3 Rerangka Pemikiran .....	30
2.4 Penelitian terdahulu .....	31
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	33
2.6 Model Penelitian .....	35
<b>BAB II METODE PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	36
3.2 Populasi dan sampel .....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Sampel .....	37
3.4 <i>Definition Operationalization Variable</i> .....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.6 Uji Pendahuluan .....	42
3.6.1 Uji Asumsi Klasik .....	42
3.6.2 Uji Validitas .....	42
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	43
3.6.4 Uji Normalitas .....	44
3.6.4.1 Hasil Uji Normalitas .....	44
3.6.5 Uji Outlier .....	46
3.6.5 Hasil Uji Outlier .....	47
3.6.6 Uji Multikolinearitas .....	50

3.6.6.1 Hasil Uji Multikolinearitas .....	50
3.6.7 Uji Heterokedastisitas .....	52
3.6.8 Metode Analsis Data .....	53
3.7 Hasil Pengujian .....	54
3.7.1 Hasil Pengujian Validitas .....	54
3.7.2 Hasil Kecukupan sampel .....	58
3.7.3 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	60
4.1 Karakteristik Responden .....	60
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Jenis Kelamin .....	61
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	62
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	63
4.2 Tanggapan <i>celebrity endorser</i> .....	63
4.2.1 Tanggapan <i>attractivnes</i> .....	64
4.2.2 Tanggapan <i>trustworthisnes</i> .....	69
4.2.3 Tanggapan <i>Expertise</i> .....	74
4.3 Minat Beli .....	79
4.3.1 Tnggapan Minat Beli .....	79
4.4 Uji Regresi .....	82
4.4.1 attractiveness .....	83
4.4.2 trustworthisness .....	83
4.4.3 expertise .....	84

4.5 Pembahasab Hasil Penelitian .....	84
4.6 Impliakasi Manajerial .....	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	89
5.1 Simpulan .....	89
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	90
5.3 Saran .....	91

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Rerangka Teoritis .....	29
Gambar 2 Model Penelitian .....	35
Gambar 3 Histogram .....	44
Gambar 4 Normal P-P Plot .....	45
Gamabar 5 Scatterplot .....	52

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel Penelitian terdahulu .....	32
Tabel I <i>Definition Operationalization Variable</i> .....	39
Tabel II Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup .....	41
Tabel III outlier .....	47
Tabel IV Multikolinearitas .....	50
Tabel V Multikolinearitas .....	51
Tabel VI Pengujian Validitas <i>Attractivness</i> .....	55
Tabel VII Pengujian Validitas <i>Trustworthiness</i> .....	56
Tabel VIII Pengujian Validitas <i>expertise</i> .....	57
Tabel IX Pengujian Validitas Minat beli .....	58
Tabel X KMO .....	58
Tabel XI <i>Reliability Statistics</i> .....	59
Tabel XII tabel jenis kelamin .....	61
Tabel XIII Usia .....	62
Tabel XIV fakultas .....	63
Tabel XV Penampilan Rio Dewanto dalam iklan Yamaha GT 125 menarik .....	64
Tabel XVI Penampilan Rio Dewanto dalam iklan Yamaha GT 125 berkelas .....	65
Tabel XVII Penampilan Rio Dewanto dalam iklan Yamaha GT 125 tampan .....	66
Tabel XVIII Penampilan Rio Dewanto dalam iklan Yamaha GT 125 elegan .....	67
Tabel XIX Penampilan Rio Dewanto dalam iklan Yamaha GT 125 gagah .....	68
Tabel XX Rio Dewanto layak dipertahankan sebagai model iklan motor Yamaha ..	69



Tabel XXI Dalam menyampaikan pesan iklan motor Yamaha GT125, Rio Dewanto mengatakannya dengan jujur .....	70
Tabel XXII Dalam menyampaikan pesan iklan motor Yamaha GT125 Rio Dewanto dapat diandalkan .....	71
Tabel XXIII Rio Dewanto menyampaikan pesan iklan motor Yamaha GT125 dengan tulus .....	72
Tabel XXIV Dalam menyampaikan pesan iklan motor Yamaha GT125 Rio Dewanto dapat dipercaya .....	73
Tabel XXV Rio Dewanto memiliki keahlian memadai tentang motor sehingga layak menjadi model iklan motor Yamaha GT125 .....	74
Tabel XXVI Rio Dewanto memiliki pengalaman yang memadai berkaitan dengan otomotif sehingga layak menjadi model iklan motor Yamaha GT 125 .....	75
Tabel XXVII Rio Dewanto mempunyai pengetahuan yang layak memadai tentang dunia otomotif sehingga layak menjadi model iklan motor Yamaha GT125 .....	76
Tabel XXVIII Rio Dewanto memenuhi syarat untuk mengiklankan motor Yamaha GT125 .....	77
Tabel XXIX Rio Dewanto cukup terlatih sebagai model iklan sehingga layak menjadi model iklan motor Yamaha GT125 .....	78
Tabel XXX setelah melihat iklan motor Yamaha GT 125 dengan model iklan Rio Dewanto, saya tertarik untuk mencari informasi tentang produk tersebut .....	79
Tabel XXXI setelah melihat iklan motor Yamaha GT 125 dengan model iklan Rio Dewanto, saya mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut jika saya memerlukannya .....	80
Tabel XXXII setelah melihat iklan motor Yamaha GT 125 dengan model iklan Rio Dewanto, saya mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut jika saya memerlukannya .....	81
Tabel XXXIII <i>Model summary</i> .....	82
Tabel Coefficients XXXIV .....	82

## **Daftar Lampiran**

LAMPIRAN A KEUSIONER

LAMPIRAN B TANGGAPAN RESPONDEN

LAMPIRAN C KARAKTERISTIK RESPONDEN

LAMPIRAN D UJI REGRESI

LAMPIRAN E UJI VALIDITAS

LAMPIRAN F UJI RELIABILITAS

LAMPIRAN G UJI NORMALITAS

LAMPIRAN H UJI OUTLIER

LAMPIRAN I UJI MULTIKOLINEARITAS

LAMPIRAN J UJI HETEROKEDASITAS

LAMPIRAN K KECUKUPAN DATA