

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* (*ATTRACTIVENESS & CREDIBILITY*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN : MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA)**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menempuh

Sidang Sarjana Strata 1 (S-1)

Oleh

MARSELLA VIONITA ANG

1452255



JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA

2017

**ANALYSIS OF EFFECT OF CELEBRITY ENDORSER (ATTRACTIVENESS &
CREDIBILITY) ON PURCHASE DECISIONS: INTERESTED BUY AS MEDIATION
VARIABLES
(STUDY ON STUDENT FACULTY OF ECONOMIC UNIVERSITY OF CHRISTIAN
MARANATHA)**

A THESIS

**In Partial Fulfillment of The Requirements for The Degree of
Bachelor of Science in Management**

By

MARSELLA VIONITA ANG

1452255



MANAGEMENT DEPARTEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

MARANATHA CHRISTIAN UNIVERSITY

BANDUNG

2017

KATA PENGANTAR

Penelitian yang berjudul ”Analisis Pengaruh *Celebrity Endorser (Attractiveness & Credibility)* terhadap Keputusan Pembelian : Minat Beli sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha)”, bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* dan Minat Beli yaitu variabel *Attractiveness & Credibility* dari Reza Oktovian (arap) dan variabel Minat Beli konsumen terhadap Keputusan Pembelian mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan. Penelitian ini hanya menggunakan sampel sebanyak 131 responden sehingga hasil yang diperoleh tidak dapat digeneralisasi, dan model regresi yang digunakan dalam penelitian belum cukup mampu menerangkan variasi pada keputusan pembelian konsumen.

Selama penyusunan tugas akhir ini, banyak pihak yang membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini dan mendukung secara moril. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan-Nya kepada penulis dalam membuat tugas akhir ini.
2. Bapak Cen Lu, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing. Beliau sudah sangat banyak memberikan saran, arahan, motivasi dan kritik yang membangun serta kesabaran yang ekstra selama penyelesaian tugas akhir ini.
3. Bapak Dr. Mathius Tandiontong, S.E., M.M., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.

4. Ibu Nonie Magdalena, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
5. Dosen-dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung yang telah memberikan ilmu selama penulis berada di bangku kuliah.
6. Kedua orang tua penulis, yaitu Papa Ang Khe Boen, S.T dan Mama Wiwin Widiarti Qadarsah yang tidak pernah berhenti mendoakan, membimbing, memberi dukungan baik secara moral maupun finansial kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Adik penulis (Kevin Viciantino) untuk semua doa dan dukungan dalam bentuk apapun sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman, sahabat dan seseorang yang selalu dapat menjadi siapapun yang penulis butuhkan (Stevanus Hadisetya) yang selama ini selalu mendampingi penulis, mendukung, mendoakan, mengasihi, memotivasi, memberi inspirasi, menjadi tempat penulis bertukar pikiran, memberikan saran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman bimbingan seperjuangan (Deden Muhamad Adam) yang selalu siap siaga membantu, mengajari, memberikan informasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini..
10. Rekan kantor (Bram Gusant) yang juga siaga dalam membantu penulis ketika penulis mengalami kesulitan teknis dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
11. Sahabat dan teman-teman sepermainan penulis (Yulius Reynaldi, S.E) yang turut membantu dalam proses pembuatan tugas akhir ini (membantu memberikan file Corel VideoStudio Pro X4 guna mengedit video untuk kuesioner), (Derryant Imagodei Noron, Daniel Christianto Wibowo, S.E,