

ABSTRAK

Perekonomian di Indonesia sedang mengalami pertumbuhan yang cepat. Oleh karena itu salah satu strategi pemasaran yang digunakan perusahaan adalah iklan. Untuk itu perusahaan memikirkan iklan yang menarik bagi konsumen, yaitu dengan menggunakan *celebrity endorser* agar dapat menyampaikan pesan yang dimaksud oleh perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini akan membahas pengaruh *celebrity endorser* (JKT48) terhadap minat beli konsumen pada produk “Honda Beat” di lingkungan Universitas Kristen Maranatha. *Celebrity endorser* dapat dinilai dari segi *Attractiveness, Trustworthiness, Expertise*. Metode yang digunakan adalah *non probability sampling* sampling yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden di sekitar lingkungan Universitas Kristen Maranatha. Kemudian dianalisa secara kuantitatif dengan menggunakan uji regresi berganda. Hasil penelitian yang dihasilkan diperoleh bahwa pengaruh *celebrity endorser* mempengaruhi minat beli sebesar 49,9%. Dengan kata lain minat beli konsumen dipengaruhi *celebrity endorser* sebesar 49,9% dan sisanya 51,1% berasal dari faktor-faktor lainnya di luar penelitian.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser, Attractiveness, Trustworthiness, Expertise* dan Minat Beli.



ABSTRACT

Indonesia's economy is experiencing rapid growth. Therefore one of the marketing strategies used by the company is advertising. To think that companies advertising that appeal to consumers, using celebrity endorser in order to convey the message intended by the company. Based on the description above, this research will examine the influence of celebrity endorser (JKT48) to the consumers to buy the product "Honda Beat" in the environment of Maranatha Christian University. Celebrity endorser can be assessed in terms of Attractiveness, Trustworthiness, and Expertise. The method used was non-probability sampling sampling is by distributing questionnaires to 110 respondents in the surrounding environment Maranatha Christian University. Then quantitatively analyzed using multiple regression test. The resulting research results obtained that the influence of celebrity endorser affect the buying interest of 49.9%. In other words influenced consumers to buy celebrity endorser of 49.9% and the remaining 51.1% came from other factors outside of the study.

Key words: Celebrity Endorser Attractiveness, Trustworthiness, Expertise and Interest Buy.



DAFTAR ISI

	Halaman
Judul Skripsi.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan Keaslian.....	iii
Lembar Surat Pernyataan Penelitian Tidak Menggunakan Perusahaan.....	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	viii
<i>Abstract</i>	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xvi
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
Bab II Kajian Pustaka, Rerangka Pemikiran, dan Pengembangan	
Hipotesis	8
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	9

2.1.2.1 Unsur-unsur Bauran Pemasaran	9
2.1.3 Promosi	10
2.1.3.1 Unsur-unsur Bauran Promosi	11
2.1.4 Iklan	12
2.1.4.1 Jenis-jenis Iklan	13
2.1.5 <i>Celebrity Endorser</i>	15
2.1.6 Kredibilitas Sumber	16
2.1.7 Perilaku Konsumen	18
2.1.7.1 Respon Konsumen	19
2.1.8 Respon Konsumen	19
2.1.9 Minat Beli	20
2.1.10 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	22
2.2 Rerangka Teoritis	24
2.3 Rerangka Pemikiran	25
2.4 Penelitian Terdahulu	26
2.5 Pengembangan Hipotesis	27
2.6 Model Penelitian	28
Bab III Metode Penelitian	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Data Operasional Variabel	29
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Pengujian Instrumen.....	40

3.6.1	Validitas	40
3.6.2	Uji Reliabilitas	41
3.7	Metode Analisis Data.....	42
3.8	Hasil Pengujian Instrumen	43
3.8.1	Hasil Pengujian Validitas.....	43
3.8.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	49
Bab IV	Hasil Penelitian dan Pemahasan.....	53
4.1	Karakteristik Responden	53
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.1.2	Karakteristik Responden Bardasarkan Usia.....	54
4.2	Hasil Tanggapan Responden.....	55
4.2.1	<i>Attractiveness</i>	55
4.2.2	<i>Trustworthiness</i>	60
4.2.3	<i>Expertise</i>	65
4.3	Minat Beli.....	70
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.5	Pembahasan Penelitian.....	75
4.5.1	<i>Attractiveness</i>	75
4.5.2	<i>Trustworthiness</i>	76
4.5.3	<i>Expertise</i>	76
4.6	Implikasi Menejerial	77
Bab V	Kesimpulan dan Saran.....	79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Keterbatasan penelitian	80

5.3	Saran.....	80
	Lampiran	81
	Daftar Kepustakaan.....	85
	Data Riwayat Hidup Penulis	89



DAFTAR TABEL

Tabel I	Penelitian Terdahulu	26
Tabel II	Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel III	Penelitian Skor pada Skala Likert.....	40
Tabel IV	Hasil Pengujian Validitas <i>Attractiveness</i>	44
Tabel V	Hasil Pengujian Validitas <i>Trustworthiness</i>	45
Tabel VI	Hasil Pengujian Validitas <i>Expertise</i>	47
Tabel VII	Hasil Pengujian Validitas Minat Beli.....	48
Tabel VIII	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Attractiveness</i>	49
Tabel IX	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Trustworthiness</i>	50
Tabel X	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Expertise</i>	51
Tabel XI	Hasil Pengujian Reliabilitas Minat Beli	51
Tabel XII	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	53
Tabel XIII	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	54
Tabel XIV	Penampilan JKT48 Dalam Honda Beat Menarik.....	55
Tabel XV	Penampilan JKT48 Iklan Honda Beat Berkelas.....	56
Tabel XVI	Penampilan JKT48 Dalam Iklan Honda Beat Terlihat Cantik.....	57
Tabel XVII	Penampilan JKT48 Dalam Iklan Honda Beat Terkesan Energik	58
Tabel XVIII	Penampilan JKT48 Dalam Iklan Honda Beat Terlihat Seksi.....	59
Tabel XIX	JKT48 Layak Dipertahankan Sebagai Model Iklan Honda Beat.....	60
Tabel XX	Dalam Menyampaikan Pesan Iklan Honda Beat,JKT48 Menyatakannya Dengan Jujur.....	61

TabelXXI	Dalam Menyampaikan Pesan Iklan Honda Beat,JKT48 Dapat Diandalkan	62
Tabel XXII	JKT48 Menyampaikan Pesan Iklan Honda Beat Dengan Tulus.....	63
Tabel XXIII	Dalam Menyampaikan Pesan Iklan Honda Beat,JKT48 Dapat Dipercaya.....	64
Tabel XXIV	JKT48 Memiliki Keahlian Yang Memadai Tentang Motor Sehingga Layak Menjadi Model Honda Beat.....	65
Tabel XXV	JKT48 Memiliki Pengalaman Yang Memadai Berkaitan Dengan Motor Sehingga Layak Menjadi Model Honda Beat.....	66
Tabel XXVI	JKT48 Mempunyai Pengetahuan Tentang Motor Sehingga Layak Menjadi Model Honda Beat.....	67
Tabel XXVII	JKT48 Memenuhi Syarat Untuk Mengiklankan Motor Honda Beat..	68
Tabel XXVIII	JKT48 JKT48 Cukup Terlatih Sebagai Model Iklan Sehingga Layak Menjadi Model Iklan Honda Beat.....	69
Tabel XXIX	Setelah Melihat Iklan Honda Beat Dengan Model Iklan JKT48, Saya Tertarik Untuk Mencari Informasi Tentang Produk Tersebut.....	70
Tabel XXX	Setelah Melihat Iklan Motor Honda Beat Dengan Model Iklan JKT48, Saya Mempertimbangkan Untuk Membeli Produk Tersebut Jika Saya Memerlukannya.....	71
Tabel XXXI	Setelah melihat iklan Motor Honda Beat dengan model JKT48,Saya Tertarik Untuk Membeli Produk Tersebut Jika Memerlukannya.....	72
Tabel XXXII	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	73
Tabel XXXIII	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Rerangka Teoritis	24
Gambar 2	Rerangka Pemikiran	25

