

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP NIAT BELI
KONSUMEN *SMARTPHONE* OPPO**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Anggi Ninditasari

NPM: 13 03 20129

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

SKRIPSI

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP NIAT BELI
KONSUMEN *SMARTPHONE* OPPO**

Disusun Oleh:

ANGGI NINDITASARI

NPM: 13 03 20129

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing,



E. Dita Septiari, S.E., Msc.

6 Desember 2017

SKRIPSI

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP NIAT BELI
KONSUMEN *SMARTPHONE OPPO***

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Anggi Ninditasari
NPM: 13 03 20129

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 15 Januari 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1) Program Studi
Manajemen

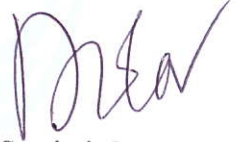
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia penguji

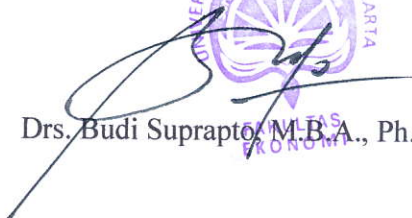

Drs. Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Nadia Nila Sari, SE., MBA.


E. Dita Septiari, SE., M.Sc.

Yogyakarta, 15 Januari 2018
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Drs. Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul:

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN *SMARTPHONE OPPO*

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 Desember 2017

Yang menyatakan



Anggi Ninditasari

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN SMARTPHONE OPPO”. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk melengkapi syarat menyelesaikan jenjang pendidikan tinggi Program Strata-1 (S-1) di Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa begitu banyak pihak yang telah membantu dan terlibat dalam pembuatan skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan terlibat dalam penulisan Tugas Akhir ini, antara lain:

1. Tuhan YME yang selalu memberikan jalan dan kelancaran dalam segala proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu E. Dita Septiari, S.E., M.sc., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan meluangkan waktu untuk membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama di Universitas Atma Jaya Yogyakarta

4. Keluarga tercinta Bapak Fx. Saryanto, Ibu Palupi Gunardini, dan adik Ruruh Listiarini yang selalu mendukungku disaat apapun, dan selalu mendoakan yang terbaik untuk saya selama ini. Terima kasih atas segala doa, cinta, kasih sayang, kepercayaan dan dukungan secara moral maupun material kepada saya.
5. Emanuel Christian Natalianto, yang selalu mendoakan agar selalu maju dan berjuang demi kelancaran perkuliahan dan skripsi ini.
6. Melati-melati STERO ku tersayang Kresensia Arlin, Clara Demen, Kristina Merci, Juneva Angelina Eligia, Fransiska Arum, Clarissa Emyninta Ginting, Natalia Putu Irma, Fatriani, Ajeng Anggraeni.
7. Sahabatku tercinta Nargy Mijanarko, MC Merry K, Dessy Indriani, Stefani Fierza, Indryani, Johan, Yovan, Monica Tifany, Hollines, Okky.
8. Kepai-Kepai 71 UAJY khususnya Fanda, Shella, Kiki, Ima, Marcel, Surya, Kasih Adi, Fanry, Bang Badau, Mas Dedo, Nongsky, Sintha, Elia, Ignas, Bang Ronald, keluarga besar Tepian Mengkurai Bang Kris dan Kak El yang telah mendukung dan memberikan banyak pengalaman berharga tentang kebersamaan dan kekeluargaan baru.
9. Teman-teman seperjuangan skripsi Vicky, Vili, Velli, Hugo, Hanry, Belinda, Luru, Teddy, Anin yang telah banyak membantu dengan dukungan dan saran.

10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang sudah membantu dan memberikan dukungan bagi penulis dalam proses menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis tentu menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan, sehingga kritik dan masukan yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan.

Yogyakarta, 10 Desember 2017

Anggi Ninditasari

PERSEMBAHAN

**“ JANGAN BERHENTI BERUSAHA DAN BEKERJA
KERAS KARENA USAHA DAN KERJA KERAS TIDAK
AKAN MENGHIANATI HASIL YANG DI DAPATKAN”**

**“ BERDOALAH KEPADA TUHAN ATAS MASALAH
YANG KAMU DAPATKAN KARENA TUHAN AKAN
MEMBANTU SEGALA MASALAHMU”**

**Skripsi ini kupersembahkan :
Tuhan Yesus Kristus yang menyertai prosesku selama ini
Keluarga besarku yang selalu mendukungku**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Periklanan.....	10
2.2. Teori Endorser.....	11
2.3. <i>Celebrity Endorser</i> dan <i>Non-celebrity Endorser</i>	14
2.4. Daya Tarik.....	15

2.5. Kepercayaan	16
2.6. Keahlian	16
2.7. Niat Beli Konsumen	16
2.8. Penelitian Terdahulu	18
2.9. Pengembangan Hipotesis	22
2.9.1 Pengaruh Daya Tarik <i>Endorser</i> Terhadap Niat Beli Konsumen.....	22
2.9.2 Pengaruh Kepercayaan <i>Endorser</i> Terhadap Niat Beli Konsumen.....	24
2.9.3 Pengaruh Keahlian <i>Endorser</i> Terhadap Niat Beli Konsumen.....	25
2.9.4 Perbedaan niat beli konsumen, daya tarik, kepercayaan dan keahlian antara <i>Celebrity Endorser</i> dan <i>Non-Celebrity</i> <i>Endorser</i>	26
2.10. Kerangka Pemikiran Teoritis	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lingkup Penelitian	28
3.2. Sampel dan Metode Sampling	28
3.2.1 Populasi dan Sampel	28
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	30
3.3. Definisi Operasional.....	31
3.4. Metode Pengujian Instrumen	33
3.4.1 Uji validitas	33

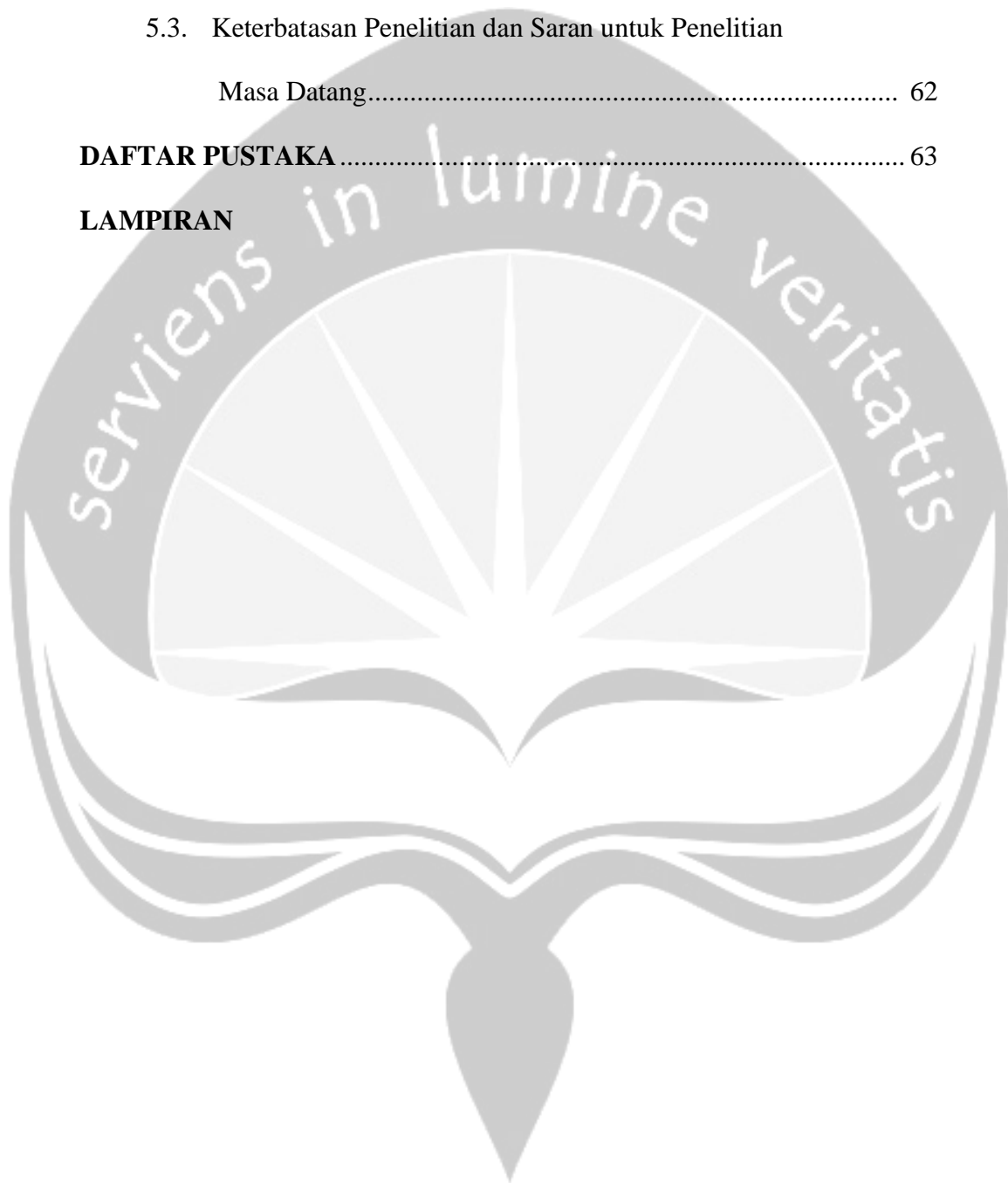
3.4.2	Uji reliabilitas.....	34
3.4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
3.5.	Metode Analisis Data.....	37
3.5.1	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	37
3.5.2	Analisis Regresi Berganda.....	37
3.5.2.1	Uji Simultan (Uji F).....	38
3.5.2.2	Uji Secara Parsial (Uji T).....	39
3.5.3	Analisis <i>Independent Sample t-Test</i>	39
3.6	Profil <i>Endorser</i>	39
3.6.1	Profil <i>Celebrity Endorser</i>	39
3.6.2	Profil <i>Non-Celebrity Endorser</i>	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Analisis Deskriptif.....	42
4.1.1	Distribusi berdasarkan Usia.....	42
4.1.2	Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.1.3	Distribusi Berdasarkan Uang saku atau Pendapatan perbulan.....	43
4.1.4	Distribusi Berdasarkan Lama Penggunaan <i>smartphone</i> OPPO.....	44
4.2	Analisis Regresi Berganda.....	45
4.3	Analisis <i>Independent Sample t-Test</i>	48
4.4	Pembahasan.....	52

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	58
5.2. Implikasi Manajerial	60
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Masa Datang.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Item Kuisiner	31
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Celebrity Endorser</i>	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Non-Celebrity Endorser</i>	36
Tabel 4.1 Distribusi Berdasarkan Usia Responden.....	43
Tabel 4.2 Distribusi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4.3 Distribusi Berdasarkan Uang Saku atau Pendapatan Perbulan Responden	44
Tabel 4.4 Distribusi Berdasarkan Lama Penggunaan <i>smartphone</i> OPPO Responden.....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Niat Beli Konsumen	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan dan Keahlian <i>Non-Celebrity Endorser</i> terhadap Niat Beli Konsumen	47
Tabel 4.7 Uji Beda Daya Tarik.....	50
Tabel 4.8 Uji Beda Kepercayaan.....	50
Tabel 4.9 Uji Beda Keahlian	51
Tabel 4.10 Uji Beda Niat Beli Konsumen.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

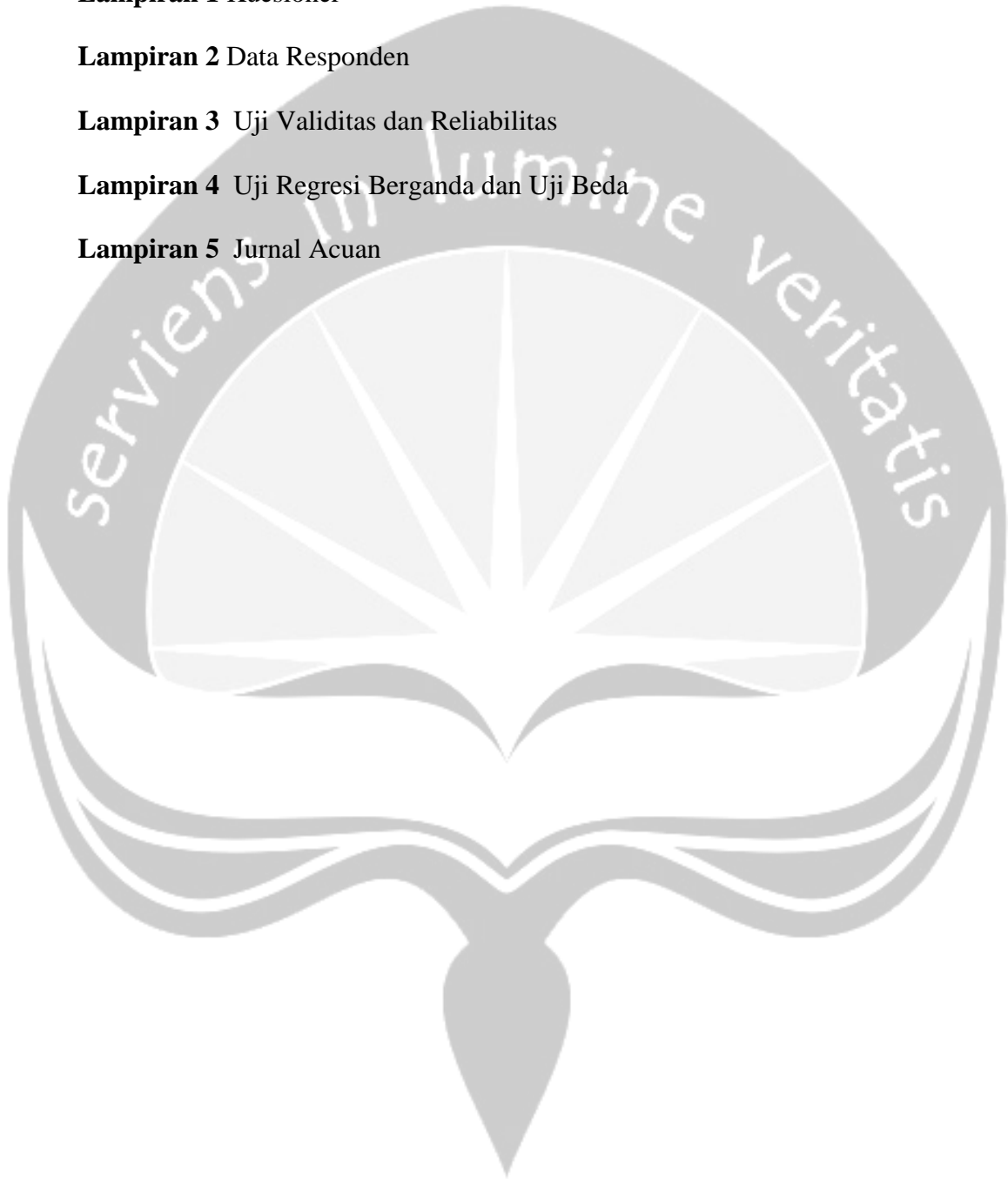
Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Uji Regresi Berganda dan Uji Beda

Lampiran 5 Jurnal Acuan



PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN *SMARTPHONE* OPPO

Anggi Ninditasari

E. Dita Septiari

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 43-44, Yogyakarta

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh daya tarik, kepercayaan dan keahlian *celebrity endorser* dan *non-celebrity endorser* terhadap niat beli konsumen, menganalisis ada perbedaan daya tarik, kepercayaan, dan keahlian antara *celebrity endorser* dan *non-celebrity endorser*. Penelitian ini mengambil responden yaitu mahasiswa yang berada di Yogyakarta dan sudah menonton iklan *smartphone* OPPO. Jumlah sampel yang valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini adalah 200 responden, masing-masing *endorser* memiliki 100 orang responden. Pemilihan sampel dan penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Penyebaran kuesioner kepada responden dilakukan secara *online*. Data diolah dengan menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi berganda dan uji *Independent Sample t-Test*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik, kepercayaan, *celebrity endorser* dan *non-celebrity endorser* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen. Hasil penelitian uji beda yang dilakukan juga menunjukkan bahwa dari 4 variabel yang diuji, semua variabel terdapat perbedaan.

Kata Kunci : Daya tarik, Kepercayaan, Keahlian, Niat Beli Konsumen.