
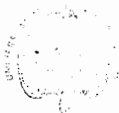


Consumer Behavior

 <p>REPUBLIC OF INDONESIA DEPARTMENT OF HEALTH PESKIP/INDONESIA</p>	<p>16 FEB 2007</p>
	<p>3091/EM/Hd.2/2007</p>
	<p>Rf 658.8342 INY 06</p>

 <p>REPUBLIC OF INDONESIA DEPARTMENT OF HEALTH PESKIP/INDONESIA</p>	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

**PENGARUH KREDIBILITAS SELEBRITIS
TERHADAP MINAT BELI PADA REMAJA PUTERI**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Ekonomi (S1) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



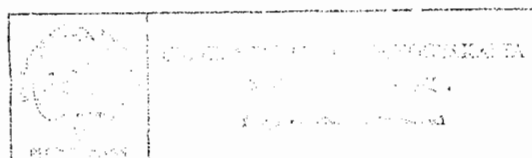
Disusun Oleh:

I Nyoman Budhi Arie Prabawa

NPM: 00 03 12523

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

JULI, 2006



SKRIPSI

**PENGARUH KREDIBILITAS SELEBRITIS
TERHADAP MINAT BELI PADA REMAJA PUTERI**

Disusun Oleh:

I Nyoman Budhi Arie Prabawa

NPM: 00 03 12523

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA

tanggal 15 Juli 2006

SKRIPSI

**PENGARUH KREDIBILITAS SELEBRITIS
TERHADAP MINAT BELI PADA REMAJA PUTERI**

Yang dipersiapkan dan disusun Oleh:

I Nyoman Budhi Arie Prabawa

NPM: 00 03 12523

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 15 Juli 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

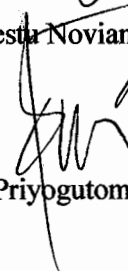


MF. Shellyana Junaedi, SE.,M.Si.

Anggota Panitia Penguji



W. Mahesta Noviandra, SE.,MScib.



C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA

Yogyakarta, 15 Juli 2006

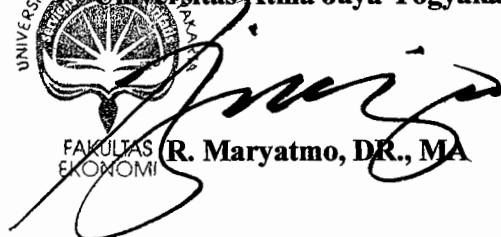
Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**FAKULTAS
EKONOMI**

R. Maryatmo, DR., MA



PERNYATAAN

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

Nama : I Nyoman Budhi Arie Prabawa

NPM : 00 03 12523

PENGARUH KREDIBILITAS SELEBRITIS TERHADAP MINAT BELI PADA REMAJA PUTERI

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

Yogyakarta, 15 Juli 2006

Yang menyatakan



(I Nyoman Budhi Arie Prabawa)

KATA PENGANTAR

Puji dan puja syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KREDIBILITAS SELEBRITI TERHADAP MINAT BELI PADA REMAJA PUTERI”**. Adapun tujuan dari skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dengan selesainya skripsi ini, penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, yaitu:

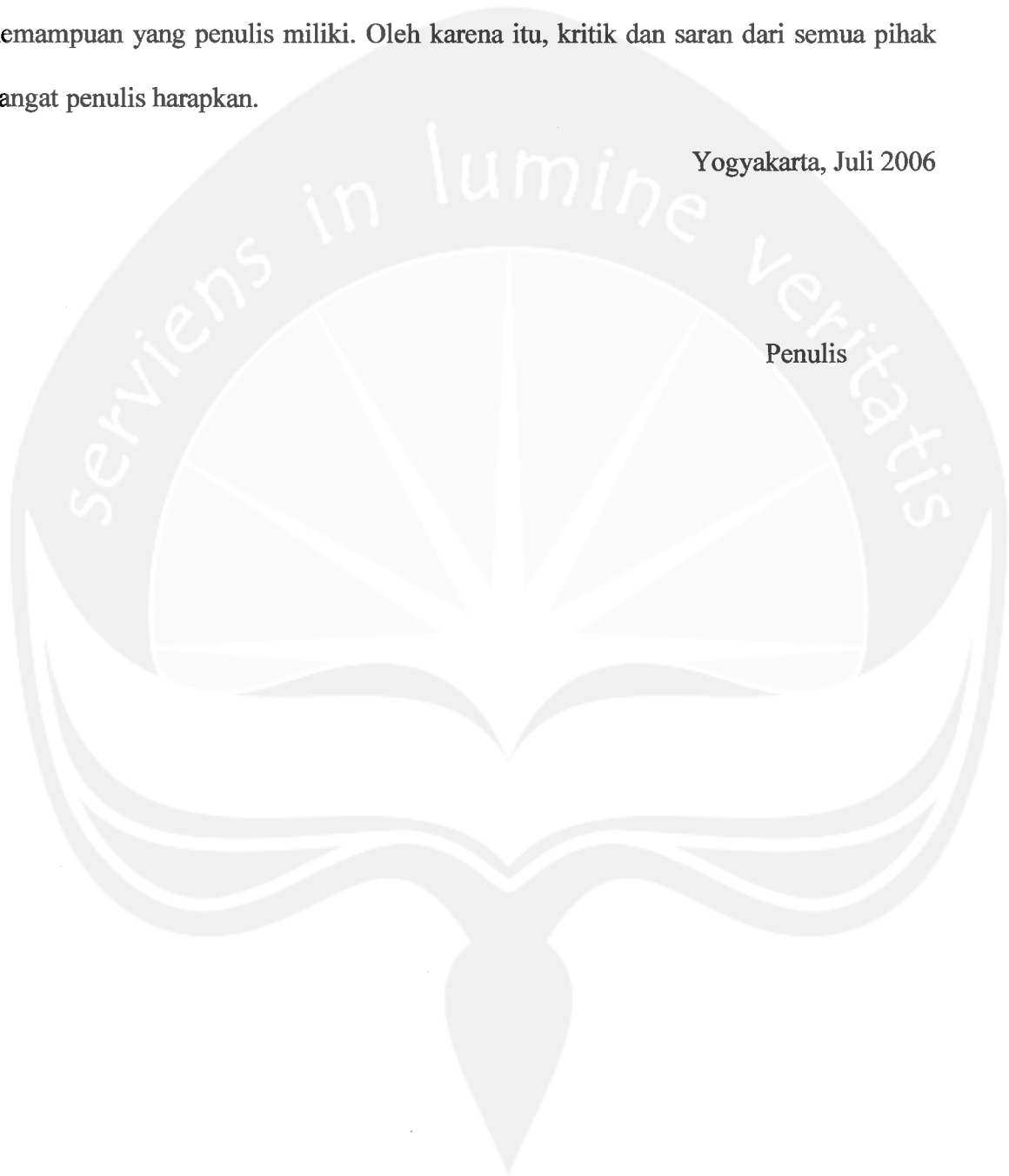
1. Bapak C.Jarot Priyogutomo,Drs.,MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi petunjuk dan pengarahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik;
2. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing saya selama kuliah di Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta;
3. Seluruh staf, karyawan, cleaning service, satpam dan parkiran yang telah banyak membantu penulis selama kuliah;


4. Seluruh keluarga baik yang di Bali maupun di luar Bali, Papa yang dengan susah payah telah mencari nafkah dan mendanai, Mama yang dengan sabar memberikan nafas, Mbok Adek, Bli Kari serta Dea yang telah memberikan semangat jarak jauh, Dektut yang telah memberikan doa dan dana-dana segarnya, Omank dan keluarga Umuanyar, serta semua keluarga di Riang dan di Lukluk, dan juga semua saudara-saudaraku;
5. Para responden yang telah membantu pangisian dan penyebaran kuisisioner sehingga datanya dapat digunakan oleh penulis;
6. Seluruh penghuni Gatak (MankWork-Oci, Wisnoe-MeyMey, Simbul, Ajunk, ApenkTanpaCimas), Dublag, Ancak, penghuni Gedong Kuning (GunkNick, Atenk, Tatic-Kuntet, Oka, Ricky, Gifan), Henot, Leonk, Ncix, Petung 20 (Lolet, Abi, Yaya, Ade, Meiti, Nuning, Eny, Febri), Lobby community (Sabit, Venti, Sungguh, Pungky, Doft, Wegig, OB, Rimbon, Jefry, Si P, Tofan, Sindu);
7. Kepada semua kaum Hawa yang pernah mengisi ruang hampa dalam hati, terima kasih atas duka dan bahagiannya, untuk PutR!e yang memberikan cahaya kehidupan baru disaat gelap menyelimuti;
8. Untuk si Resem yang keren yang setia menemaniku hingga saat ini, si Biru yang sedang cedera atas tumpangannya, dan si Silvy yang sering ditunggangi;
9. Serta semua pihak yang belum disebutkan.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal ini tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Yogyakarta, Juli 2006

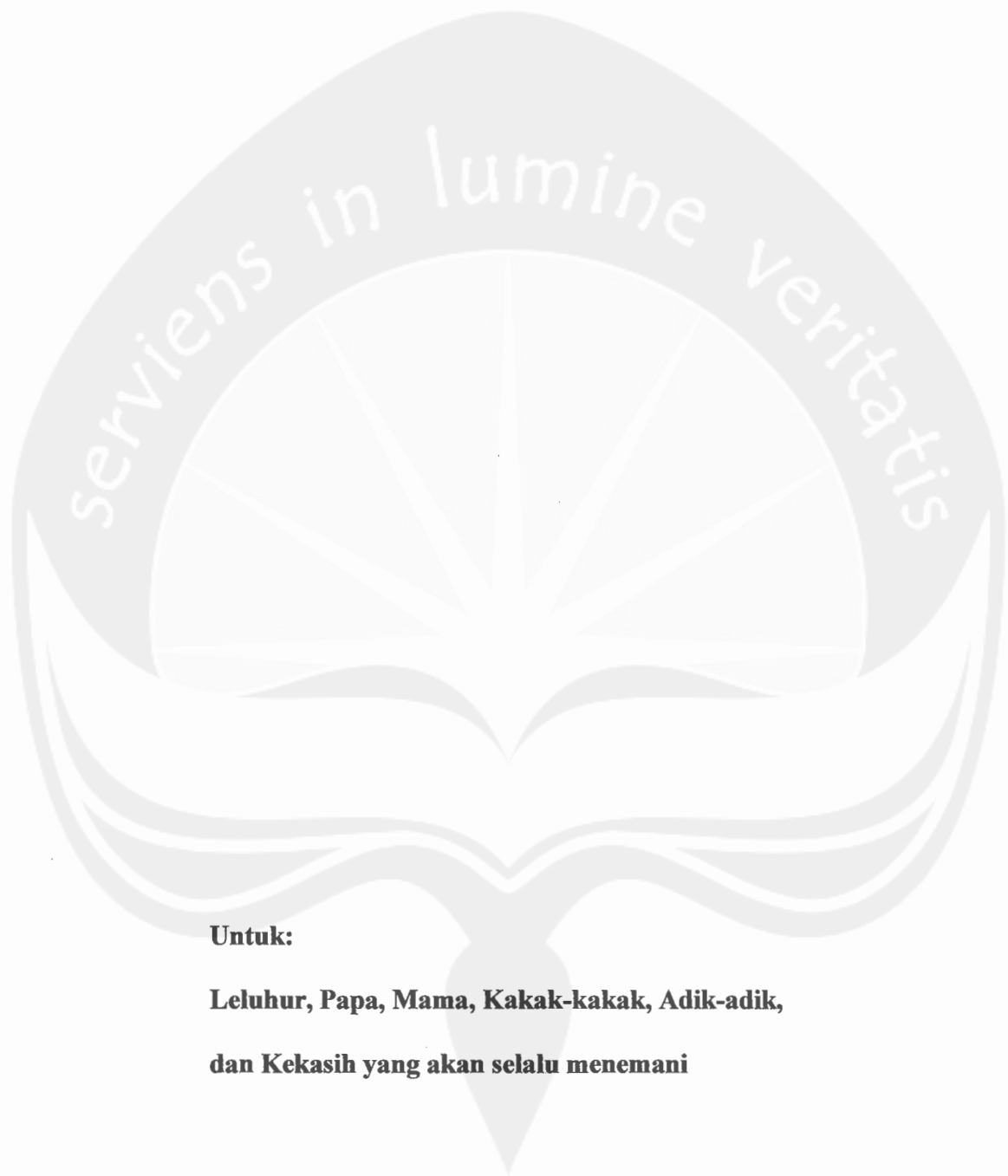
Penulis





**Pandanglah Hari Ini,
kerena disana terletak semua Kebenaran
dan Kenyataan Eksistensimu**

**JANGAN PERNAH MENUNGGU ORANG LAIN UNTUK
BERBUAT BAIK TERLEBIH DAHULU KEPADA KITA,
TAPI ALANGKAH BAIKNYA JIKA KITA MELAKUKANNYA LEBIH DULU**



Untuk:

Leluhur, Papa, Mama, Kakak-kakak, Adik-adik,

dan Kekasih yang akan selalu menemani

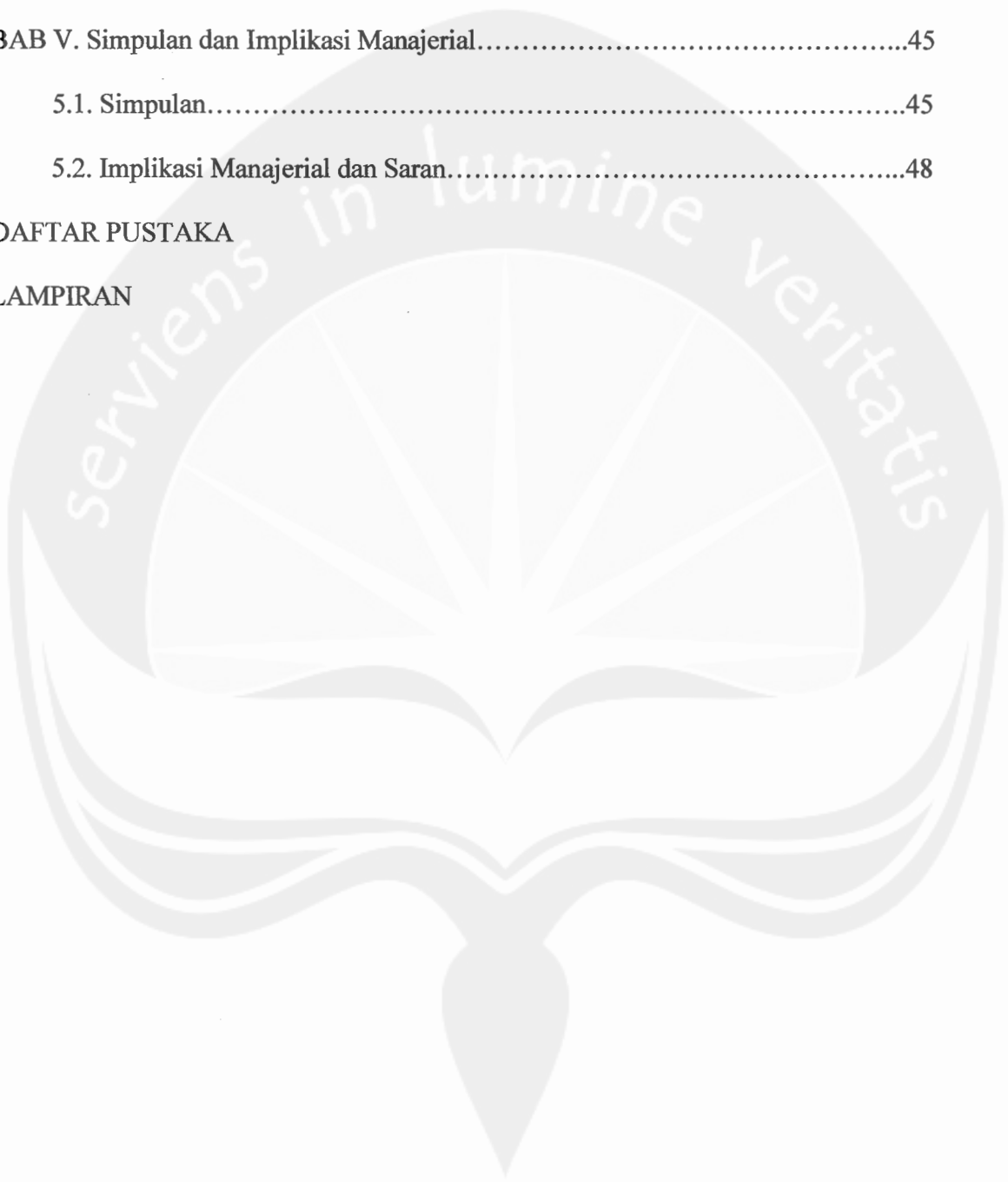
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI.....	xvi
BAB I. Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. Landasan Konseptual.....	7
2.1. Segmentasi Remaja.....	7

2.2. Celebrity Endorser.....	11
2.3. Kredibilitas Sumber.....	12
2.3.1. Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>).....	13
2.3.2. Kejujuran (<i>Trusworthiness</i>).....	14
2.3.3. Keahlian (<i>Expertise</i>).....	14
2.4. Pengaruh Kredibilitas Sumber.....	15
2.5. Minat Beli.....	15
2.6. Hubungan Antar Variabel.....	16
2.7. Hipotesis.....	17
BAB III. Metoda Penelitian.....	18
3.1. Lingkup Penelitian.....	18
3.2. Metoda Pengambilan Sempel.....	18
3.3. Metoda Pengumpulan Data.....	19
3.4. Definisi Operasional.....	20
3.4.1. Kredibilitas Sumber.....	20
3.4.2. Minat Beli.....	22
3.5. Metoda Pengujian Instrumen.....	23
3.5.1. Uji Validitas.....	23
3.5.1.1. Uji Validitas untuk Indikator Daya Tarik.....	23
3.5.1.2. Uji Validitas untuk Indikator Kejujuran.....	24
3.5.1.3. Uji Validitas untuk Indikator Keahlian.....	25

3.5.1.4. Uji Validitas untuk Indikator Minat Beli.....	26
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	26
3.6. Metoda Analisis Data.....	27
3.6.1. Analisis Bivariate Correlation.....	27
3.6.2. Analisis Regresi.....	29
BAB IV. Analisis Data.....	30
4.1. Analisis Data Responden.....	30
4.1.1. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	31
4.2. Analisis Korelasi <i>Product-Moment</i> Pearson.....	32
4.2.1. Korelasi antara Faktor Kredibilitas Sumber dengan Minat Beli pada Remaja Puteri.....	33
4.2.1.1. Faktor Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>) dengan Faktor Minat Beli Remaja Puteri.....	33
4.2.1.2. Faktor Kejujuran (<i>Trusworthiness</i>) dengan Faktor Minat Beli Remaja Puteri.....	34
4.2.1.3. Faktor Keahlian (<i>Expertise</i>) dengan Faktor Minat Beli Remaja Puteri.....	35
4.3. Analisis Regresi.....	36
4.3.1. Analisis Regresi Faktor Minat Beli.....	38
4.3.1.1. Statistik Deskriptif.....	38
4.3.1.2. Model Summary terhadap Minat Beli.....	39

4.3.1.3. Hasil Regresi Simultan terhadap Minat Beli.....	40
4.3.1.4. Koefisien Regresi terhadap Minat Beli.....	41
BAB V. Simpulan dan Implikasi Manajerial.....	45
5.1. Simpulan.....	45
5.2. Implikasi Manajerial dan Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Uji Validitas Indikator Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>).....	24
Tabel 3.2. Uji Validitas Indikator Kejujuran (<i>Trustworthiness</i>).....	25
Tabel 3.3. Uji Validitas Indikator Keahlian (<i>Expertise</i>).....	25
Tabel 3.4. Uji Validitas Indikator Minat Beli.....	26
Tabel 3.5. Hasil Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	27
Tabel 4.1. Hasil Analisis Korelasi Antara <i>Attractiveness</i> , <i>Trusworthiness</i> , <i>Expertise</i> , dan Minat Beli.....	32
Tabel 4.2. Statistik Deskriptif Regresi terhadap Minat Beli.....	38
Tabel 4.3. <i>Model Summary</i> Regresi terhadap Minat Beli.....	40
Tabel 4.4. Hasil Regresi Simultan terhadap Minat Beli.....	41
Tabel 4.5. Koefisien Regresi terhadap Minat Beli.....	41
Tabel 4.6. Perbandingan Nilai t Hitung dengan t Tabel Persamaan Regresi terhadap Minat Beli.....	43

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Hierarki Model Respons.....	9
Gambar 2.2. Hubungan antar variabel penelitian.....	16
Gambar 4.1. Data Responden Berdasarkan Usia.....	31
Gambar 4.2. Skema Hubungan antar Variabel.....	37

**PENGARUH KREDIBILITAS SELEBRITI TERHADAP MINAT BELI
PADA REMAJA PUTERI**

Disusun oleh:

I Nyoman Budhi Arie Prabawa

NPM: 00 03 12523

Pembimbing Utama

C.Jarot Priyogutomo, Drs., MBA

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas selebriti/sumber (*source credibility*) yang terdiri dari *attractiveness* (daya tarik), *trustworthiness* (kejujuran), dan *expertise* (keahlian) terhadap minat beli pada remaja khususnya remaja putri. Metoda penelitian yang digunakan adalah survey yang diperoleh dengan memberikan daftar pertanyaan (kuisisioner) kepada responden dan diolah menggunakan uji analisis data analisis Korelasi *Product-moment Pearson* dan analisis Regresi Linier Berganda setelah sebelumnya di uji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya.

Temuan yang diperoleh dari penelitian ini bahwa kredibilitas selebriti/sumber (*source credibility*) berpengaruh terhadap minat beli pada remaja putri. Akan tetapi hanya faktor *Trustworthiness* (Kejujuran) dan *Expertise* (Keahlian) saja yang mempengaruhi Minat beli pada remaja putri secara signifikan.

Kata kunci : Source Credibility, Attractiveness, Trustworthiness, Expertise, Celebrity Endorser, dan Minat Beli.