

**PENGARUH SELEBRITI *ENDORSEMENT* PADA SIKAP KONSUMEN
TERHADAP MEREK DAN NIAT PEMBELIAN PADA MIE SEDAAP
*KOREAN SELECTION***

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh

Estevania Christina

NPM: 170323466

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021

Skripsi

**PENGARUH SELEBRITI *ENDORSEMENT* PADA SIKAP KONSUMEN
TERHADAP MEREK DAN NIAT PEMBELIAN PADA MIE SEDAAP
*KOREAN SELECTION***

Disusun Oleh

Estevania Christina

NPM : 170323466

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing

Nadia Nila Sari, SE., MBA

Skripsi

**PENGARUH SELEBRITI *ENDORSEMENT* PADA SIKAP KONSUMEN
TERHADAP MEREK DAN NIAT PEMBELIAN PADA MIE SEDAAP
*KOREAN SELECTION***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Estevania Christina

NPM : 170323466

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal.....

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

**sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai derajat sarjana (S1) program
studi manajemen**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji 1

Nadia Nila Sari, SE., MBA

Anggota Panitia Penguji 2

Yogyakarta,
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 1004/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Senin, 6 September 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|--|-----------------|
| 1. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. | (Ketua Penguji) |
| 2. Nadia Nila Sari, SE, MBA. | (Anggota) |
| 3. Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Estevania Christina
NPM : 170323466

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Estevania Christina telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
BUSNIS DAN EKONOMIKA

PERNYATAAN

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

**PENGARUH SELEBRITI *ENDORSEMENT* PADA SIKAP KONSUMEN
TERHADAP MEREK DAN NIAT PEMBELIAN PADA MIE SEDAAP
*KOREAN SELECTION***

merupakan hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, dan kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari karya orang lain, telah saya nyatakan secara tertulis pada catatan perut maupun daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian maupun seluruh dari skripsi ini, maka gelar strata 1 dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta,

Yang menyatakan



Estevania Christina

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penulisan skripsi ini dengan lancar. Skripsi ini ditulis dengan judul **“PENGARUH SELEBRITI ENDORSEMENT PADA SIKAP KONSUMEN TERHADAP MEREK DAN NIAT BELI KONSUMEN PADA MIE SEDAAP *KOREAN SELECTION*”** sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

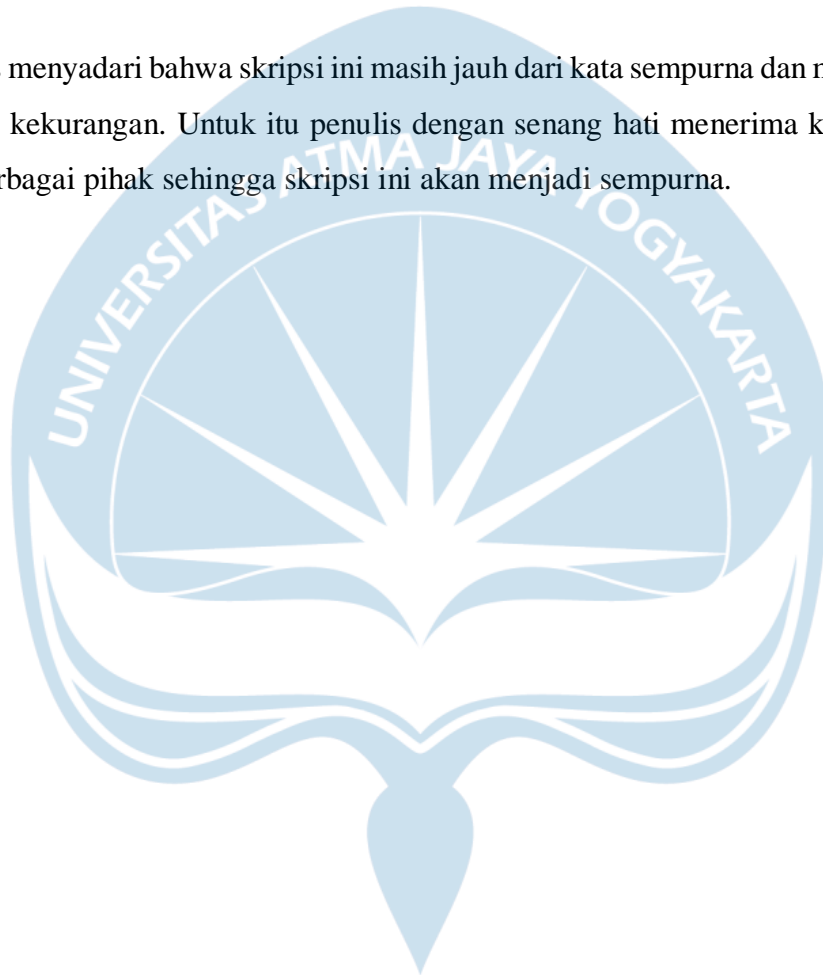
Tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan bisa untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untuk itu, penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada pihak-pihak yang bersangkutan sebagai salah satu ucapan terima kasih dari hati yang paling dalam, yaitu kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang senantiasa memberikan kekuatan dan tuntunan dalam perjalanan kehidupan penulis hingga detik ini
2. Papa, Mama, Koko, dan Bibi yang terkasih, yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis dalam masa perkuliahan sampai terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Terimakasih karena telah merawat penulis dengan kerja keras sehingga dapat tumbuh dengan baik
3. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa sabar membimbing dan memberikan arahan kepada penulis. Terimakasih telah memperhatikan dan tidak pernah marah untuk menjelaskan kepada penulis kekurangan-kekurangan pada penulisan skripsi
4. Ibu Shellyana Junaedi, SE., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa memperhatikan dan membimbing penulis selama masa-masa perkuliahan. Terimakasih karena telah memberikan ilmu-ilmu yang senantiasa berguna bagi penulis.

5. Dosen Prodi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah mengajar dan memberikan ilmu-ilmu yang berguna dalam kehidupan penulis.
6. Staff dan karyawan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang senantiasa memberikan pelayanan dan menjaga fasilitas perkuliahan sehingga penulis dapat belajar dengan nyaman
7. Teman-teman “Google XXI” yaitu Faradiba, Vivian, Florentina Lola dan Retno Niken yang senantiasa selalu menemani penulis dikala sedih dan susah dalam proses pengerjaan skripsi ini
8. Teman-teman “Sobat Retjeh” yaitu Elisabeth Riana, Putri Kristiana, Trifena Vania yang telah menemani dan mendukung penulis selama proses perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini
9. Retno Niken, teman seperjuangan penulis dari SMP dan perkuliahan yang telah mendukung, menemani penulis dan memberikan saran dalam pengerjaan skripsi ini
10. Eurielssa Prasischa, teman yang mendukung dan selalu memberi nasihat pada penulis saat merasa sedih dalam pengerjaan skripsi maupun pada hal lainnya
11. Natasha Cathrine, teman seperjuangan skripsi yang selalu berbagi suka dan duka bersama dalam mengerjakan skripsi
12. Alsa Yolanda, yang senantiasa menghibur penulis pada saat merasa penat dalam mengerjakan skripsi lewat obrolan-obrolan yang menghibur
13. Teman-teman “Leaders Community” yang telah menemani penulis untuk bertumbuh dan berkembang bersama-sama di masa-masa perkuliahan ini
14. Teman-teman HMPSM dan divisi RnD yang telah membantu penulis untuk belajar bekerjasama dan berorganisasi selama satu tahun terakhir
15. Para responden yang telah membantu penulis untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam kelangsungan skripsi ini. Terimakasih telah meluangkan sedikit waktunya untuk mengisi kuesioner yang dibuat oleh penulis

16. Para pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah menjadi penolong dalam kehidupan penulis dalam masa perkuliahan maupun pengerjaan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Untuk itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran dari berbagai pihak sehingga skripsi ini akan menjadi sempurna.



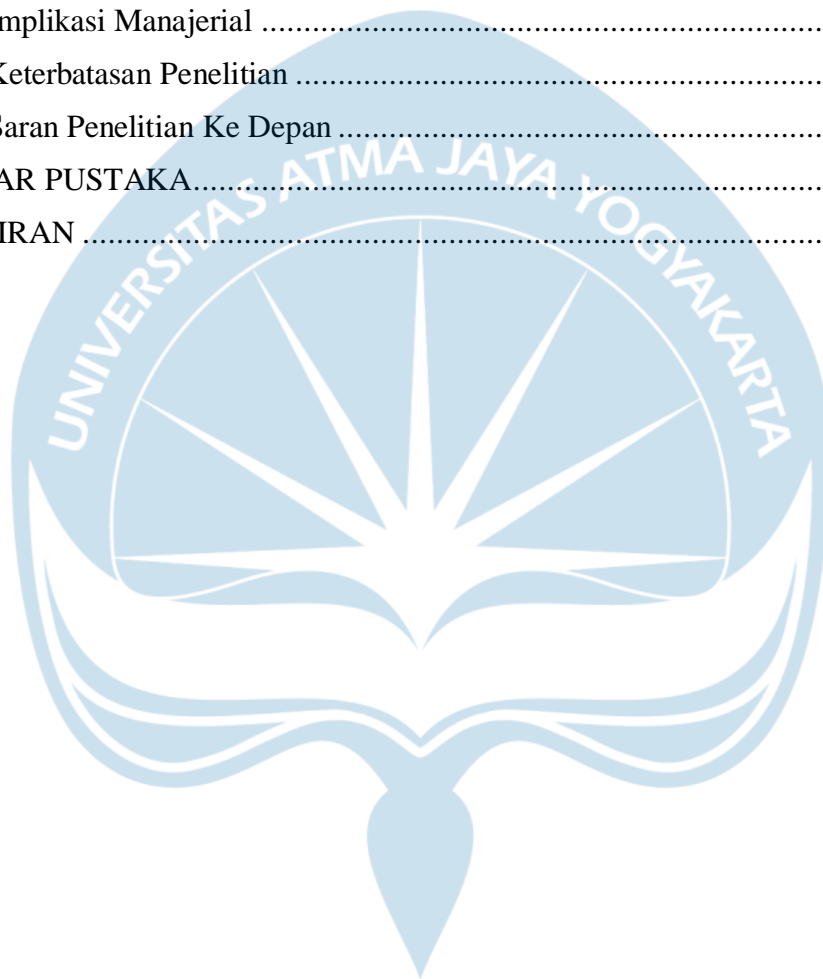
DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Niat Beli Konsumen.....	11
2.2 Sikap Konsumen terhadap Merek	13
2.3 Selebriti <i>Endorsement</i>	14
2.3.1 Sumber Kredibilitas	16
2.3.1.1 Kepercayaan terhadap Selebriti	17
2.3.1.2 Keahlian Selebriti	18
2.3.2 Model Sumber Daya Tarik	19
2.3.2.1 Daya Tarik Fisik Selebriti	19
2.3.2.2 Kemiripan terhadap Selebriti.....	20
2.3.2.3 Kesukaan terhadap Selebriti	21
2.3.2.4 Keakraban Selebriti	22
2.4 Kesesuaian Selebriti Dengan Merek / Produk	23
2.5 Penelitian Terdahulu	23

2.6 Pengembangan Hipotesis	28
2.6.1 Pengaruh Kepercayaan pada Sikap Konsumen terhadap Merek.....	29
2.6.2 Pengaruh keahlian pada sikap konsumen terhadap merek	29
2.6.3 Pengaruh Daya Tarik pada Sikap Konsumen Terhadap Merek.....	30
2.6.4 Pengaruh keakraban pada sikap konsumen terhadap merek.....	30
2.6.5 Pengaruh kesamaan pada sikap konsumen terhadap merek	31
2.6.6. Pengaruh kesukaan pada sikap konsumen terhadap merek	31
2.6.7 Pengaruh Kesesuaian Selebriti dengan Produk/Merek pada Sikap Konsumen terhadap Merek	32
2.6.8 Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Merek pada Niat Pembelian Konsumen.....	32
2.7 Kerangka Penelitian	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Lokasi, Objek, dan Subjek Penelitian.....	35
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.2.1 Metode Pengambilan Sampel	36
3.2.2 Ukuran Sampel	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1 Data Sekunder	38
3.3.2 Data Primer	38
3.4 Definisi Operasional.....	39
3.4.1 Desain Kuesioner.....	50
3.5 Metode Pengujian Instrumen Penelitian	51
3.5.1 Uji Validitas	51
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	53
3.6 Statistik Deskriptif	54
3.7 Metode Analisis Data	55
3.7.1 Metode Analisis Regresi	55
3.7.2 Uji Hipotesis.....	56
3.7.2.1 Koefisien determinasi (R²).....	56

3.7.2.2 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	56
3.7.2.3 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)	57
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Statistik Deskriptif	59
4.2 Statistik Deskriptif Variabel.....	62
4.2.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel.....	63
4.3 Analisis Regresi Berganda.....	64
4.3.1 Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)	65
4.3.2 Analisis Uji determinasi	66
4.3.2 Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)	66
4.3.2.1 Uji Hipotesis Variabel X1 (Kepercayaan terhadap Selebriti)	66
4.3.2.2 Uji Hipotesis Variabel X2 (Keahlian selebriti)	67
4.3.2.3 Uji Hipotesis Variabel X3 (Daya tarik selebriti)	68
4.3.2.4 Uji Hipotesis Variabel X4 (Kemiripan terhadap selebriti).....	68
4.3.2.5 Uji Hipotesis Variabel X5 (Kesukaan terhadap selebriti)	69
4.3.2.6 Uji Hipotesis Variabel X6 (Keakraban terhadap selebriti)	70
4.3.2.7 Uji Hipotesis Variabel X7 (Kesesuaian merek /produk terhadap selebriti)	70
4.4 Uji Analisis Regresi Sederhana.....	71
4.4.1 Uji Hipotesis secara simultan (Uji F)	71
4.4.2 Analisis Uji Determinasi	72
4.4.3 Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)	72
4.5 Pembahasan.....	73
4.5.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap Selebriti pada Sikap Konsumen terhadap Merek.....	73
4.5.2 Pengaruh Keahlian Selebriti pada Sikap Konsumen terhadap Merk	74
4.5.3 Pengaruh Daya Tarik terhadap Selebriti	75
4.5.4 Pengaruh Kemiripan terhadap Selebriti pada Sikap Konsumen.....	76
4.5.5 Pengaruh Kesukaan terhadap Sikap Konsumen.....	77
4.5.6 Pengaruh Keakraban terhadap Sikap Konsumen	78

4.5.7 Pengaruh Kesesuaian Selebriti dengan Merek terhadap Sikap Konsumen	79
4.5.8 Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Merek/Produk pada Niat Pembelian ...	80
BAB V KESIMPULAN	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Implikasi Manajerial	85
5.3 Keterbatasan Penelitian	86
5.4 Saran Penelitian Ke Depan	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	95



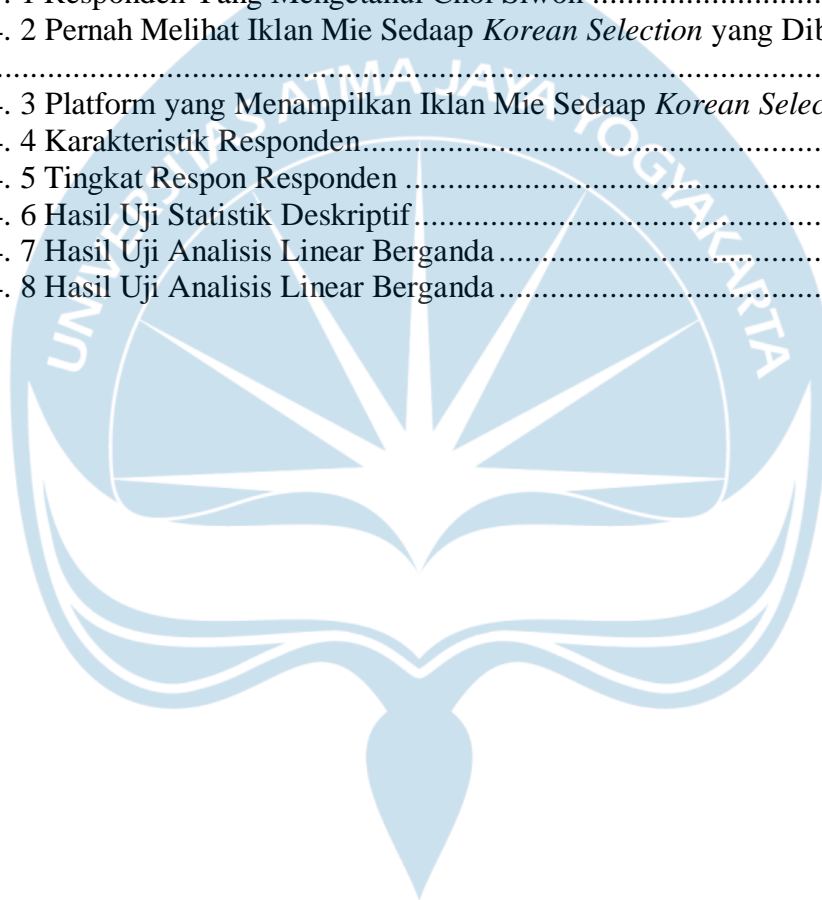
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Iklan Mie Sedaap Korean Spicy Chicken.....	4
Gambar 1. 2 Iklan Mie Sedaap Korean Spicy Soup.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	34



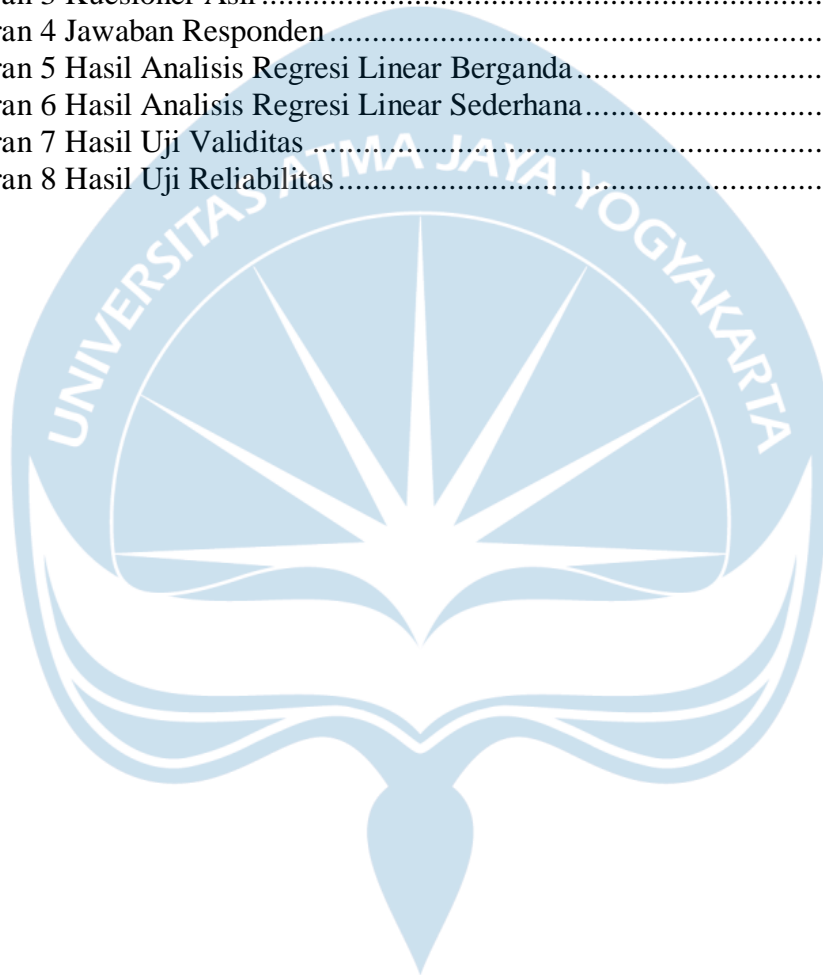
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Skala Pengukuran	17
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	40
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 1 Responden Yang Mengetahui Choi Siwon	59
Tabel 4. 2 Pernah Melihat Iklan Mie Sedaap <i>Korean Selection</i> yang Dibintang Choi Siwon	60
Tabel 4. 3 Platform yang Menampilkan Iklan Mie Sedaap <i>Korean Selection</i>	60
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden.....	61
Tabel 4. 5 Tingkat Respon Responden	63
Tabel 4. 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	63
Tabel 4. 7 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	65
Tabel 4. 8 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	95
Lampiran 2 Kuesioner Google Form	100
Lampiran 3 Kuesioner Asli	123
Lampiran 4 Jawaban Responden	125
Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	141
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	143
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas	144
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas	155



INTISARI

PENGARUH SELEBRITI *ENDORSEMENT* PADA SIKAP KONSUMEN

TERHADAP MEREK DAN NIAT PEMBELIAN PADA MIE SEDAAP

KOREAN SELECTION

Disusun oleh:
Estevania Christina
NPM: 170323466
Pembimbing:
Nadia Nila Sari, SE., MBA

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kepercayaan, keahlian, daya tarik, kemiripan, kesukaan, keakraban, dan kesesuaian produk/merek pada selebriti terhadap sikap konsumen dan niat pembelian pada Mie Sedaap *Korean Selection*. Objek dari penelitian ini adalah selebriti Korea Selatan, yaitu Choi Siwon. Choi Siwon adalah *brand ambassador* untuk produk Mie Sedaap. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner lewat *Google Form* yang diisi oleh 205 responden dan menghasilkan 203 data valid. Hasil data diolah dengan software SPSS 26.0 menggunakan analisis regresi linear berganda dan linear sederhana. Hasil yang diperoleh ada 3 faktor yang berpengaruh positif terhadap sikap konsumen yaitu ; kepercayaan, keahlian, dan kesesuaian selebriti dengan merek/produk yang diiklankan. Sedangkan 4 faktor lainnya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap konsumen. Kepercayaan, keahlian, dan kesesuaian selebriti pada produk/merek mendukung selebriti untuk menyampaikan pesan iklan secara efektif dan membujuk sehingga dapat mempengaruhi sikap konsumen. Sikap konsumen juga berpengaruh positif terhadap niat pembelian pada Mie Sedaap *Korean Selection*. Semakin tinggi sikap konsumen pada produk Mie Sedaap akan semakin tinggi pula niat konsumen untuk membeli produk tersebut. Dengan demikian temuan ini membuktikan bahwa pemilihan selebriti sebagai *brand ambassador* harus dilakukan dengan teliti dan mempertimbangkan berbagai faktor agar dapat memberikan hasil yang efektif.

Kata Kunci: Selebriti *Endorsement* (*Celebrity Endorsement*), Sikap Konsumen terhadap Merek (*Costumer's Attitude toward Brand*), Niat Pembelian (*Purchase Intention*)