

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK
(STUDI PADA IKLAN FILA DENGAN BTS SEBAGAI *CELEBRITY
ENDORSER*)**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh:

Cornelia Rosalin Naomi

NPM : 17 03 23422

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2021**



SURAT KETERANGAN

No. 111/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Rabu, 5 Januari 2022 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. (Ketua Penguji)
2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. (Anggota)
3. Agnes Gracia Quita, SE., M.Sc. (Anggota)

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

Nama : Cornelia Rosalin Naomi

NPM : 170323422

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Cornelia Rosalin Naomi 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.

Alamat

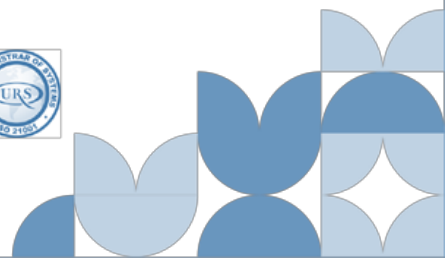
Kampus III Gedung Bonaventura
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

URL

<https://fbe.uajy.ac.id>

Kontak

Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127
Fax : +62-274-485227
Surel : fbe@uajy.ac.id



PERNYATAAN

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

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK
(STUDI PADA IKLAN FILA DENGAN BTS SEBAGAI *CELEBRITY
ENDORSER*)**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide 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, 30 November 2021

Yang Menyatakan



Cornelia Rosalin Naomi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian untuk skripsi perkuliahan yang berjudul "*Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Iklan FILA dengan BTS Sebagai Celebrity Endorser)*". Skripsi ini disusun sebagai syarat penulis untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) pada program studi manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Ada beberapa kendala yang dialami penulis dalam proses penulisan skripsi dikarenakan situasi pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia sehingga semua proses bimbingan, pengambilan data, dan pengujian dilakukan secara daring. Namun berkat dukungan yang banyak dari lingkungan sekitar, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu peneliti dalam proses skripsi ini, antara lain:

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, perlindungan, serta kasih-Nya yang berlimpah kepada peneliti dari awal kuliah hingga selesai.
2. Keluarga tercinta, Papi, Mami, dan David, yang memberi dukungan dalam bentuk doa dan materi, serta keluarga besar (Yeye, Ama, Kuce, Om Budi, Ariel, Alda, Apak, Amu, Nia), yang selalu mendoakan, menyemangati, dan memberi dukungan kepada peneliti dari awal kuliah hingga selesai.

3. Teman-teman Kelas I Angkatan '17 yang telah menyemangati dan berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga semuanya fokus kepada penjuruanya masing-masing.
4. Sahabat Kaum Rebahan (Nyuti, Via, Vira) yang sudah memberi semangat, cinta, dan waktu curhat yang berlimpah dari awal perkuliahan hingga selesai.
5. Teman-teman Crystallite (Miriam, Arin, Grace, Michelle, Amel, Abel, Cik Bertha, Dio), yang selalu mendukung dan menyemangati dalam bentuk doa dari awal kuliah hingga selesai.
6. Teman-teman Julid Squad (Livia, Kenji, Thesya, Aming, Yoel), yang sudah menemani dan menyemangati selama penulisan skripsi dari awal hingga selesai.
7. Christine, Kalis, Gita, dan semua teman seperjuangan skripsi Manajemen Pemasaran Angkatan '17 bimbingan Pak Jarot, yang telah berjuang bersama-sama melewati suka maupun duka dari awal skripsi hingga selesai.
8. Seluruh member BTS (RM, Jin, Suga, j-hope, Jimin, V, Jungkook), yang sudah menyemangati, memberi nasihat, cinta kepada peneliti melalui lagu-lagunya dari awal masuk perkuliahan hingga saat ini.
9. Teman-teman dari *Youtube*, Bang Acid (PokoPow) dan Para Pokopowers yang telah mendukung peneliti dari jauh sejak awal penulisan skripsi hingga selesai.
10. Seluruh responden yang sudah menyempatkan waktunya untuk mengisi kuesioner sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Semua teman-teman dan sahabat jauh yang sudah mendukung dan memberi semangat dari awal perkuliahan hingga selesai, serta seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti hingga selesai.

Penulis menyadari kekurangan dan keterbatasan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran dari pembaca agar skripsi ini dapat diperbaiki hingga semakin membaik. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua orang yang membacanya.

Yogyakarta, 30 November 2021



Cornelia Rosalin Naomi



MOTTO

"Do your best and God will do the rest."

- Nick Vujicic

"Have not I commanded thee? Be strong and of a good courage; be not afraid, neither be thou dismayed: for the LORD thy God is with thee whithersoever thou goest."

Joshua 1:9

"When things get hard, stop for awhile and look back and see how far you've come. Don't forget how rewarding it is. "

- V BTS

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
MOTTO	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
Abstrak.....	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB 2	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Dukungan Selebriti (Celebrity Endorsement).....	9
2.1.1. Peran Celebrity Endorsement.....	10
2.1.2. Indikator Celebrity Endorsement	11
2.2. FILA X BTS.....	12
2.3. Kredibilitas (Credibility)	13

2.4. Daya Tarik (Attractiveness)	13
2.5. Kesamaan dengan Produk (Product Match-Up)	14
2.6. Makna yang Tersampaikan (Meaning Transferred)	14
2.7. Keputusan Pembelian Produk (Product Purchase Decision)	15
2.7.1. Proses Pengambilan Keputusan	16
2.8. Penelitian Terdahulu	18
2.9. Hipotesis Penelitian	23
2.9.1. Pengaruh Credibility Pada Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk	23
2.9.2. Pengaruh Attractiveness Pada Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk	24
2.9.3. Pengaruh Product Match-up Pada Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	24
2.9.4. Pengaruh Meaning Transferred Pada Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	25
2.10. Kerangka Penelitian	26
BAB 3	27
METODE PENELITIAN	27
3.1. Jenis Penelitian	27
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	27
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.4. Objek dan Subjek Penelitian	29
3.5. Metode Pengumpulan Data	29
3.6. Operasional Variabel Penelitian, Indikator, dan Item Pertanyaan	31
3.7. Metode Pengujian Instrumen	34
3.7.1. Uji Validitas	34
3.7.2. Uji Reliabilitas	35

3.8. Metode Analisis Data	37
3.8.1. Analisis Persentase	37
3.8.2. Analisis Deskriptif	37
3.9. Pengujian Hipotesis.....	39
3.9.1. Analisis Korelasi Pearson	39
3.9.2. Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.9.3. Uji T	41
3.9.4. Uji F	41
BAB 4	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Analisis Persentase Responden	42
4.1.1. Jenis Kelamin	42
4.1.2. Umur	43
4.1.3. Profesi	44
4.1.4. Pendapatan Per Bulan	44
4.1.5. Melihat iklan FILA X BTS	45
4.1.6. Seberapa Sering Melihat Iklan FILA X BTS	46
4.1.7. Jenis Iklan yang Diminati	47
4.1.8. Kepercayaan Terhadap Iklan Selebriti	47
4.1.9. Minat Berkurang Jika Kualitas Produk FILA Buruk Namun Telah Dipromosikan oleh BTS	48
4.2. Analisis Deskriptif Responden	49
4.2.1. Penilaian Responden Terhadap Variabel Credibility	49
4.2.2. Penilaian Responden Terhadap Variabel Attractiveness	50
4.2.3. Penilaian Responden Terhadap Variabel Product Match-Up	51
4.2.4. Penilaian Responden Terhadap Variabel Meaning Transferred	52
4.2.5. Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Produk	53
4.3. Pengujian Hipotesis.....	54

4.3.1. Analisis Korelasi Pearson	54
4.3.2. Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.4. Pembahasan	58
4.4.1. Pengaruh Credibility Pada Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk	58
4.4.2. Pengaruh Attractiveness Pada Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk	59
4.4.3. Pengaruh Product Match-Up Pada Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk	60
4.4.4. Pengaruh Meaning Transferred Pada Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk	61
BAB 5	63
KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Implikasi Manajerial	64
5.3. Saran dan Keterbatasan Penelitian	65
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1	Interval Skala Likert	30
Tabel 3.2	Operasional Variabel dan Item Pertanyaan	32
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas	35
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 3.5	Kategori Pembagian Kelas	38
Tabel 3.6	Kategori Korelasi Antara Dua Variabel	39
Tabel 4.1	Distribusi berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2	Distribusi berdasarkan Umur	43
Tabel 4.3	Distribusi berdasarkan Profesi	44
Tabel 4.4	Distribusi berdasarkan Pendapatan Per Bulan	44
Tabel 4.5	Distribusi berdasarkan Melihat Iklan FILA X BTS	45
Tabel 4.6	Distribusi berdasarkan Frekuensi Melihat Iklan FILA X BTS	46
Tabel 4.7	Distribusi berdasarkan Jenis Iklan yang Diminati	47
Tabel 4.8	Distribusi berdasarkan Kepercayaan Iklan Selebriti	48
Tabel 4.9	Distribusi berdasarkan Distribusi berdasarkan Minat Pembelian Produk FILA yang Buruk Namun Telah Dipromosikan Oleh BTS	48
Tabel 4.10	Hasil Uji Statistik Deskriptif Pada Variabel <i>Credibility</i>	49
Tabel 4.11	Hasil Uji Statistik Deskriptif Pada Variabel <i>Attractiveness</i>	50
Tabel 4.12	Hasil Uji Statistik Deskriptif Pada Variabel <i>Product Match-Up</i>	51
Tabel 4.13	Hasil Uji Statistik Deskriptif Pada Variabel <i>Meaning Transferred</i>	52
Tabel 4.14	Hasil Uji Statistik Deskriptif Pada Variabel Keputusan Pembelian Produk	53
Tabel 4.15	Hubungan <i>Credibility, Attractiveness, Product Match-Up, Meaning Transferred</i> Secara Individu Terhadap Keputusan Pembelian Produk	55
Tabel 4.16	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	56

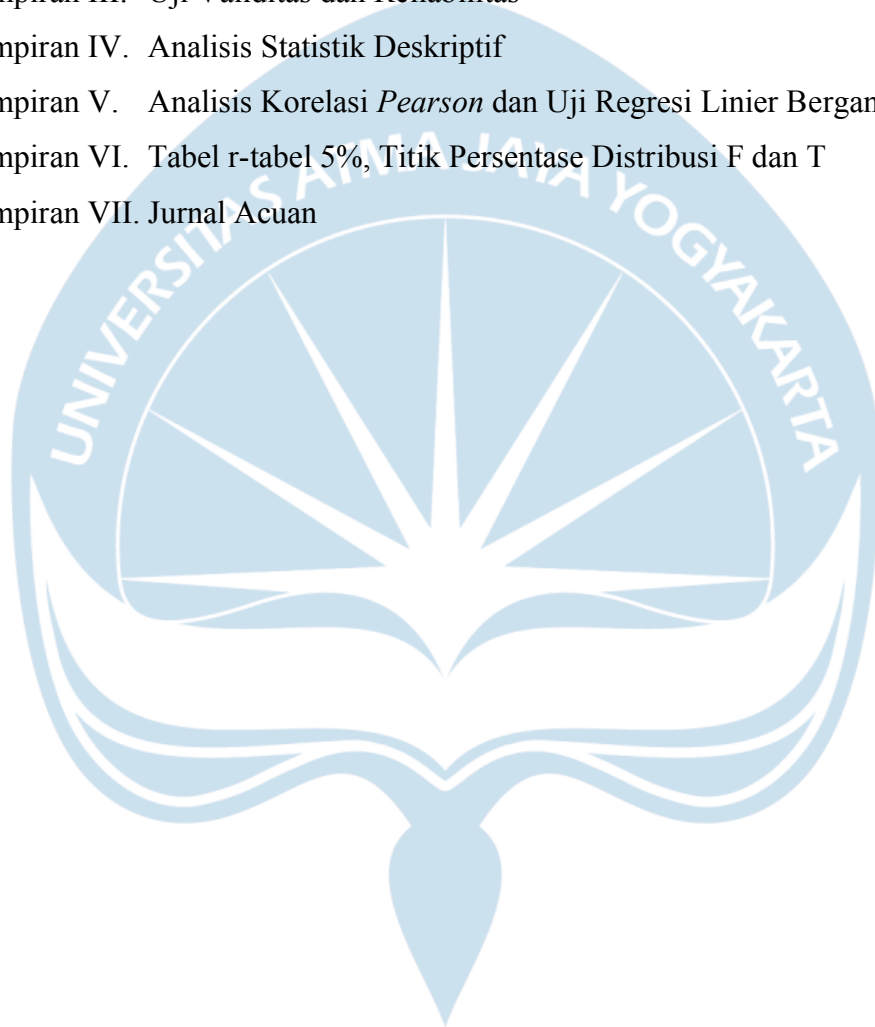
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	FILA <i>White Series</i>	13
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	22
Gambar 2.2	Model Penelitian	30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner	74
Lampiran II. Data Diri Responden	84
Lampiran III. Uji Validitas dan Reliabilitas	91
Lampiran IV. Analisis Statistik Deskriptif	99
Lampiran V. Analisis Korelasi <i>Pearson</i> dan Uji Regresi Linier Berganda	104
Lampiran VI. Tabel r-tabel 5%, Titik Persentase Distribusi F dan T	108
Lampiran VII. Jurnal Acuan	112



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK
(STUDI PADA IKLAN FILA DENGAN BTS SEBAGAI *CELEBRITY
ENDORSER*)**

Disusun oleh:

Cornelia Rosalin Naomi

17 03 23422

Dosen Pembimbing:

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada iklan FILA dengan BTS sebagai *Celebrity Endorser*). Sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang telah melihat iklan dan membeli produk FILA X BTS. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh *celebrity endorsement* terhadap keputusan pembelian produk FILA. Responden yang terkumpul dalam penelitian ini sebanyak 150 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data responden diperoleh dari penyebaran kuesioner secara online menggunakan *google forms*. Data dalam penelitian ini diolah menggunakan excel dan SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *credibility*, *attractiveness*, *product match-up*, dan *meaning transferred* memiliki pengaruh sehingga disimpulkan bahwa *celebrity endorsement* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk FILA dengan BTS sebagai *celebrity endorser*.

Kata kunci: *Celebrity Endorsement*, *Credibility*, *Attractiveness*, *Product Match-up*, *Meaning Transferred*, Keputusan Pembelian Produk