

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* CHOI SIWON
TERHADAP NIAT BELI MIE SEDAAP *KOREAN SPICY
CHICKEN***

SKRIPSI

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



**Disusun oleh:
Hengky Fernando Gabriel S
NPM: 17 03 23683**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA
TAHUN 2022**

Skripsi

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* CHOI SIWON
TERHADAP NIAT BELI MIE SEDAAP *KOREAN SPICY
CHICKEN***



Disusun oleh:

Hengky Fernando

NPM: 170323288

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN PENDADARAN

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* CHOI SIWON TERHADAP NIAT
BELI MIE SEDAAP *KOREAN SPICY CHICKEN***

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Hengky Fernando G S

17 03 23683

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 9 September 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi
Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Th. Diah Widiastuti, S.E., M.Si.



Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, 9 September 2022
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA**

Dr. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sungguh bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH CELEBRITY ENDORSER CHOI SIWON TERHADAP NIAT BELI MIE SEDAAP *KOREAN SPICY CHICKEN*

Merupakan hasil karya saya sendiri, baik pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung ataupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepengetahuan saya juga tidak tersapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain yang dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Pekanbaru, 11 Juni 2022



Hengky Fernando G S

KATA PENGANTAR

Tiada kata lain selain mengucapkan Puji syukur yang saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* CHOI SIWON TERHADAP NIAT BELI MIE SEDAAP *KOREAN SPICY CHICKEN*”**. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling penulis yang mendukung dan membantu. Terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Papa Mangatur Samosir dan Mama Satriani Nainggolan yang selalu memberikan motivasi dan doa yang selalu dipanjatkan untuk kelancaran skripsi penulis.
2. Ibu Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. sebagai dosen pembimbing yang selalu membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan kesabaran dan selalu memberikan saran dan masukan yang dapat memotivasi.
3. Rektor dan Segenap Dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah banyak meberikan pengetahuan, bimbingan, dan arahan selama mengikuti pendidikan.
4. Teman-teman penulis yang tidak selalu memberikan motivasi, bantuan, dan menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini Yustinus, There, Danek, Yosafat, Anastha, Ezer, Belza, Eben, Kenny, Refrian, Gobi, Dio, dan banyak lagi yang selalu membantu penulis dalam menyelesaikan skripsinya.
5. Semua pihak responden yang bersedia mengisi kuesioner dan serta membantu menyebarkan kuesioner penelitian penulis.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Tuhan Yang Maha Esa. dan akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Untuk itu penulis dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini.

Pekanbaru, 11 Juni 2022



Hengky Fernando G S



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batas Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. <i>Celebrity Endorser</i>	10
2.1.2. Kepercayaan	12
2.1.3. Persepsi Kontrol Perilaku	14
2.1.4. Norma Subjektif.....	14
2.1.5. Persepsi Keahlian	14
2.1.6. Persepsi Kesesuaian	15
2.1.7. Sikap terhadap <i>Influencer</i>	15
2.1.8. Sikap Merek.....	15
2.1.9. Niat Beli	16
2.1.10. Teori Perilaku yang Direncanakan (TPB)	17
2.2. Penelitian Terdahulu	18

2.3.	Pengembangan Hipotesis.....	21
2.3.1.	Pengaruh persepsi kredibilitas terhadap sikap <i>influencer</i>	21
2.3.2.	Pengaruh kepercayaan terhadap sikap terhadap <i>influencer</i>	22
2.3.3.	Pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap sikap terhadap <i>influencer</i>	22
2.3.4.	Pengaruh norma subjektif terhadap sikap terhadap <i>influencer</i>	23
2.3.5.	Pengaruh persepsi keahlian terhadap sikap terhadap <i>influencer</i>	23
2.3.6.	Pengaruh persepsi kesesuaian terhadap sikap terhadap <i>influencer</i>	24
2.3.7.	Pengaruh sikap terhadap <i>influencer</i> terhadap sikap merek	24
2.3.8.	Pengaruh sikap terhadap <i>influencer</i> terhadap niat beli konsumen.....	25
2.3.9.	Pengaruh sikap merek memengaruhi niat beli konsumen.	25
2.4.	Kerangka Penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	27
3.2.	Metode Sampling.....	27
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4.	Pengukuran Variabel.....	29
3.5.	Definisi Operasional	29
3.6.	Pengujian Instrumen	31
3.6.1.	Uji <i>Validitas</i>	31
3.6.2.	Uji <i>Reliabilitas</i>	32
3.7.	Metode Analisis Data.....	32
3.7.1.	Analisis Profil Responden	32
3.7.2.	Analisis Deskriptif.....	33
3.7.3.	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1.	Analisis Profil Responden	37
4.2.	Analisis Deskriptif	42
4.2.1.	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Persepsi Kredibilitas	42
4.2.2.	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Persepsi Kepercayaan	43
4.2.3.	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Persepsi <i>Control</i> Perilaku.....	44
4.2.4.	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Norma Subjektif	45

4.2.5.	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Persepsi Keahlian	45
4.2.6.	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Sikap Terhadap <i>Influencer</i>	46
4.2.7.	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Sikap Terhadap <i>Influencer</i>	47
4.2.8.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Sikap Merek.....	48
4.2.9.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Niat Beli	48
4.3.	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i>	49
4.3.1.	Evaluasi <i>Goodness of fit</i> Menilai <i>Outer Model</i>	50
4.3.2.	<i>Discriminant Validity</i>	53
4.3.3.	Validitas dan Reliabilitas Konstruk.....	54
4.3.4.	Evaluasi <i>goodness of fit</i> – menilai <i>inner model</i>	57
4.3.5.	Pengujian Hipotesis.....	60
4.4	Pembahasan	63
BAB V PENUTUP		67
5.1.	Kesimpulan.....	67
5.2	Implikasi Manajerial	68
5.3	Keterbatasan Penelitian	69
5.4	Saran untuk Peneliti Selanjutnya	69
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN		74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	30
Tabel 3.2 Pembagian Interval Kelas	33
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden Penelitian.....	37
Tabel 4.2 Status Pekerjaan Responden Penelitian.....	38
Tabel 4.3 Apakah Anda Mengetahui Produk Mie Sedaap <i>Korean Spicy Chicken</i> ? ...	38
Tabel 4.4 Pengetahuan responden mengenai Siwon Choi sebagai Brand Ambassador Produk Mie Sedaap <i>Korean Spicy Chicken</i> ?	38
Tabel 4.5 Pernah Membeli Produk Mie Sedaap <i>Korean Spicy Chicken</i> ?	39
Tabel 4.6 Usia Responden Penelitian.....	39
Tabel 4.7 Daerah Asal Responden Penelitian.....	40
Tabel 4.8 Tingkat Pendidikan Responden Penelitian.....	41
Tabel 4.9 Jumlah Pendapatan Perbulan Responden Penelitian	41
Tabel 4.10 Jumlah Pendapatan Perbulan Responden Penelitian.	42
Tabel 4.11 Deskripsi jawaban responden pada variabel persepsi kredibilitas.	42
Tabel 4.12 Deskripsi jawaban responden pada variabel kepercayaan.....	43
Tabel 4.13 Deskripsi jawaban responden pada variabel persepsi <i>control</i> perilaku. ...	44
Tabel 4.14 Deskripsi jawaban responden pada variabel norma subjektif	45
Tabel 4.15 Deskripsi jawaban responden pada variabel persepsi keahlian.....	45
Tabel 4.16 Deskripsi jawaban responden pada variabel persepsi kesesuaian.	46
Tabel 4.17 Deskripsi jawaban responden pada variabel sikap terhadap <i>influencer</i>	47
Tabel 4.18 Deskripsi jawaban responden pada variabel sikap merek.	48
Tabel 4.19 Deskripsi jawaban responden pada variabel niat beli.	48
Tabel 4.20 <i>Outer Loading (Measurement Model)</i>	50
Tabel 4.21 <i>Cross Loading</i>	53
Tabel 4.22 Validitas dan Reliabilitas konstruk	54
Tabel 4.23 Nilai <i>R Square</i> dan <i>Adjusted R Square</i>	58
Tabel 4.24 Nilai Relevansi Prediktif (<i>Q Square</i>).....	59
Tabel 4.25 <i>Path coefficient</i>	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian 26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. KUISIONER.....	74
Lampiran 2. JURNAL ACUAN.....	91



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* CHOI SIWON
TERHADAP NIAT BELI MIE SEDAAP *KOREAN SPICY
CHICKEN***

Disusun Oleh:

Hengky Fernando Gabriel Samosir

170323683

Pembimbing:

Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini berjudul Pengaruh *Celebrity Endorser* Choi Siwon terhadap niat beli Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken*. Penelitian ini dibuat untuk menguji pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap niat beli melalui kredibilitas, kepercayaan, kontrol perilaku, norma subjektif, keahlian, kesesuaian, sikap merek, dan sikap terhadap *influencer*. Objek penelitian ini adalah Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken*. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan responden berjumlah 175 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* dengan mengumpulkan data melalui *google forms* yang diisi oleh responden menggunakan skala *likert* 5 skala. Olah data hasil data yang didapatkan oleh peneliti dilakukan menggunakan *software SmartPLS*. Hasil penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat beli Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken* setelah melihat *endorsement* yang dilakukan oleh Choi Siwon.

Kata Kunci: kredibilitas, kepercayaan, kontrol perilaku, norma subjektif, keahlian, kesesuaian, sikap merek, sikap terhadap *influencer*, dan niat beli