

**PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER*
DAN SIKAP TERHADAP HARGA
TERHADAP MINAT BELI KOPI**

**Studi Eksplanatif Iklan Televisi Top Coffee Versi Bongkar Kebiasaan Lama
Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Angkatan 2009 dan 2010 Universitas
Atma Jaya Yogyakarta**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Disusun oleh :

BERNADETA KURNIA AMBUN YUDIANTI

0809 03621 / KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2012**

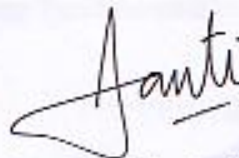
HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER* DAN SIKAP TERHADAP HARGA TERHADAP MINAT BELI KOPI

Studi Eksplanatif Iklan Televisi Top Coffee Versi Bongkar Kebiasaan Lama
Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Angkatan 2009 dan 2010 Universitas Atma
Jaya Yogyakarta

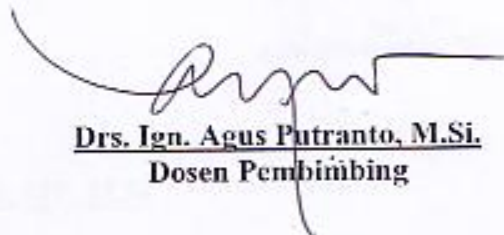
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.L.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :



Bernadeta Kurnia Ambun Yudianti
No. Mhs : 08 09 03621 / Ilmu Komunikasi

disetujui oleh :



Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2012**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER* DAN SIKAP TERHADAP HARGA TERHADAP MINAT BELI KOPI** (Studi Eksplanatif Iklan Televisi Top Coffee Versi Bongkar Kebiasaan Lama Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Angkatan 2009 dan 2010 Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

Penyusun : Bernadeta Kurnia Ambun Yudianti
NIM : 08 09 03621 / Kom

Telah diuji dan dipertanggungjawabkan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 13 Desember 2012
Pukul : 10.00 WIB
Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si

Penguji Utama

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos, M.A

Penguji I

F. Anita Herawati, SIP, M.Si

Penguji II



Handwritten signatures of the three examiners: Agus Putranto, Bambang Wiratmojo, and Anita Herawati, each followed by a dotted line for the signature.

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Bernadeta Kurnia Ambun Yudianti

NPM : 0809 03621

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : **PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER* DAN SIKAP TERHADAP HARGA TERHADAP MINAT BELI KOPI (Studi Eksplanatif Iklan Televisi Top Coffee Versi Bongkar Kebiasaan Lama Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Angkatan 2009 dan 2010 Universitas Atma Jaya Yogyakarta)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya susun sendiri.

Karya tulis ini bukan merupakan plagiarism, pencurian hasil karya orang lain dan hasil dari kerja orang lain untuk kepentingan saya kerana hubungan material atau non material, ataupun segala kemungkinan yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses sesuai kebijakan yang dibentuk tim Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tanpa tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 29 November 2012

Saya yang menyatakan,



Bernadeta Kurnia Ambun Yudianti

KATA PENGANTAR

Penulis menyadari, penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan melalui doa dan semangat dari orang-orang terkasih. Dengan segala kerendahan hati dan ucapan syukur, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu memberikan berkatnya.
2. Bapak Ibu yang sudah membesarkan, mendoakan dan merawat saya sampai saya sekarang bisa jadi sarjana.
3. Mba Tia dan Mba Udith yang selalu sayang dan memberikan motivasi kepada Danti.
4. Nikola dan Tarulka ponakan-ponakan uwil yang secara tidak langsung memotivasi mama biar cepet lulus dan mengunjungi kalian.
5. Pacarku tersayang Benedictus Vega Christiacem yang selalu sabar menemani saat aku mengerjakan skripsi dan tidak bosan-bosannya memberikan motivasi untukku.
6. Om Chrys, mamah Hawun dan mba Diti yang sudah membantu dan menerima saya pada saat menyelesaikan tugas kuliah kerja lapangan.
7. Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si dosen pembimbing skripsi saya. Terima kasih untuk segala bimbingan, masukan, dan pengarahan selama penelitian sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
8. Dosen penguji pendadaran Pak Bambang dan Bu Anita.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas akhir ini tidaklah sempurna, untuk itu penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan tugas akhir ini. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang tertarik untuk membaca dan ingin tahu lebih jauh mengenai **Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser dan Harga Terhadap Minat Beli**.

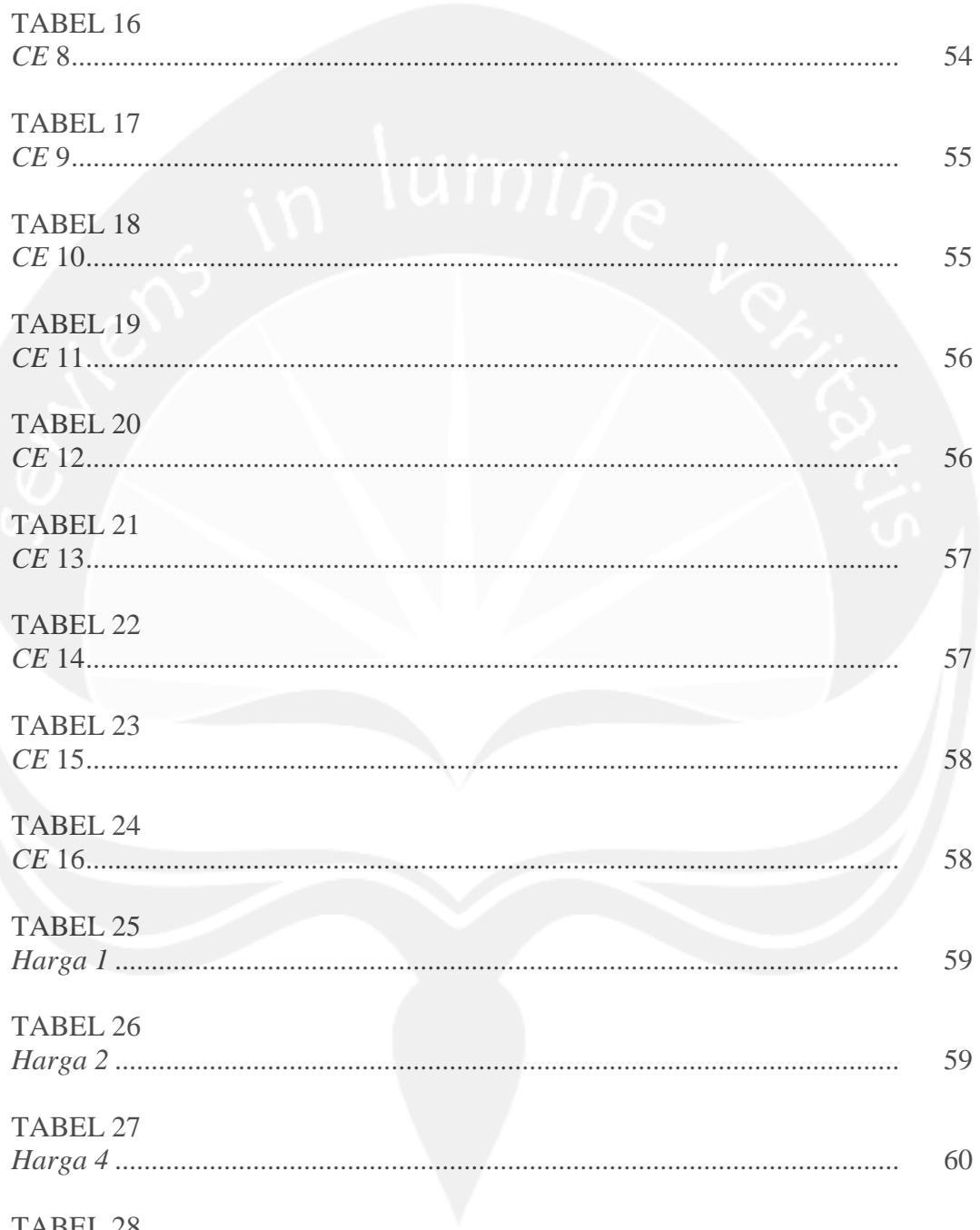
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Teori	7
1. Model SMCR	7
2. Karakteristik Konsumen	8
3. Marketing Mix	9
4. Sikap Harga	11
a. Sikap.....	11
b. Harga.....	12
5. Promosi	13
a. Periklanan.....	14
b. Televisi Sebagai Media Periklanan.....	16
c. Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i>	16
1) Kredibilitas.....	17
2) <i>Celebrity Endorser</i>	20
6. Minat Beli	21
F. Kerangka Konsep	23
G. Hipotesis	24
H. Definisi Operasional	26
I. Metodologi Penelitian	28
1. Metode Penelitian	28
2. Jenis Penelitian	29
3. Lokasi Penelitian	29
4. Populasi dan Sampel	29
a. Populasi	29

b. Sampel	30
5. Teknik Pengumpulan Data	32
6. Teknik Pengukuran Data	33
7. Metode Pengujian Instrumen	34
a. Pengujian Validitas	34
b. Pengujian Reliabilitas	35
8. Metode Analisis Data	35
a. Statistik Deskriptif.....	35
b. Distribusi Frekuensi	36
c. Tabulasi Silang	36
d. Analisa Regresi Berganda.....	37
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	39
A. Sekilas Tentang Top Coffee	39
B. Sekilas Tentang Wings Group.....	41
1. Produk Wings.....	42
BAB III ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Metode Pengujian Instrumen	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas	49
B. Metode Analisis Data	51
1. Statistik Deskriptif	51
2. Distribusi Frekuensi	64
3. Tabulasi Silang.....	67
4. Analisa Regresi Berganda.....	69
C. Pembahasan	73
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 1	
Total <i>Market Share</i> Kopi Bubuk Instan	1
TABEL 2	
Data Mahasiswa Aktif Ilmu Komunikasi UAJY	31
TABEL 3	
Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	46
TABEL 4	
Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Harga	47
TABEL 5	
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	49
TABEL 6	
Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	49
TABEL 7	
Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Sikap Harga	49
TABEL 8	
Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Minat Beli	50
TABEL 9	
Angkatan	51
TABEL 10	
CE 1.....	51
TABEL 11	
CE 2.....	52
TABEL 12	
CE 3.....	52
TABEL 13	
CE 5.....	53
TABEL 14	
CE 6.....	53



TABEL 15	
<i>CE 7</i>	54
TABEL 16	
<i>CE 8</i>	54
TABEL 17	
<i>CE 9</i>	55
TABEL 18	
<i>CE 10</i>	55
TABEL 19	
<i>CE 11</i>	56
TABEL 20	
<i>CE 12</i>	56
TABEL 21	
<i>CE 13</i>	57
TABEL 22	
<i>CE 14</i>	57
TABEL 23	
<i>CE 15</i>	58
TABEL 24	
<i>CE 16</i>	58
TABEL 25	
<i>Harga 1</i>	59
TABEL 26	
<i>Harga 2</i>	59
TABEL 27	
<i>Harga 4</i>	60
TABEL 28	
<i>Harga 5</i>	60
TABEL 29	
<i>Harga 6</i>	61

TABEL 30	
<i>Minat Beli 1</i>	61
TABEL 31	
<i>Minat Beli 2</i>	62
TABEL 32	
<i>Minat Beli 4</i>	62
TABEL 33	
<i>Minat Beli 5</i>	63
TABEL 34	
Hasil Analisis Distribusi Frekuensi.....	64
TABEL 35	
Hasil Tabulasi Silang	67
TABEL 36	
Model <i>Summary</i> Regresi Linear Berganda X1, X2 dan Y.....	69
TABEL 37	
Model <i>Anova</i> Regresi Linear Berganda X1, X2 dan Y.....	70
TABEL 38	
Model <i>Coefficients</i> Regresi Linear Berganda X1, X2 dan Y.....	71

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1	
Hipotesis Penelitian.....	25



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Tabulasi Hasil Kuesioner
3. Pengujian Validitas
4. Pengujian Reliabilitas
5. Pengujian Frekuensi
6. Pengujian Tabulasi Silang
7. Pengujian Regresi Berganda
8. Tabel Nilai r
9. Tabel Nilai F
10. Tabel Nilai t

ABSTRAKSI

Penelitian yang ini bertujuan untuk mengetahui apakah kredibilitas *celebrity endorser* (X1) dan sikap terhadap harga (X2) berpengaruh terhadap minat beli (Y) Top Coffee di kalangan mahasiswa komunikasi angkatan 2009 dan 2010 Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatori. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Komunikasi FISIP Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2009 dan 2010. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, jumlah sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah sebanyak 82 responden. Teknik pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Sedangkan analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah; Kredibilitas *celebrity endorser* (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat beli Top Coffee mahasiswa ilmu komunikasi FISIP angkatan 2009 dan 2010 Universitas Atma Jaya Yogyakarta (Y). Sikap harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli Top Coffee mahasiswa ilmu komunikasi FISIP angkatan 2009 dan 2010 Universitas Atma Jaya Yogyakarta (Y). Kredibilitas *celebrity endorser* (X1) dan sikap harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli Top Coffee mahasiswa ilmu komunikasi FISIP angkatan 2009 dan 2010 Universitas Atma Jaya Yogyakarta (Y).

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa *adjusted R Square* adalah 0,596. Hal ini berarti 59,6% variasi minat beli kopi merek Top Coffee (Y) dapat dijelaskan oleh variasi dari dua variabel independen, kredibilitas *celebrity endorser* (X1) dan sikap harga (X2). Berdasarkan uji F, ditemukan bahwa hipotesis yang terbukti adalah kredibilitas *celebrity endorser* (X1) dan sikap harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli kopi Top Coffee (Y) di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UAJY angkatan 2009 dan 2010. Hal ini ditunjukkan dengan F hitung sebesar 60,710 lebih besar dibanding F tabel 2,37 dan berdasarkan hasil temuan pada model *coefficients* atau uji statistik t, didapati nilai t hitung variabel Kredibilitas *Celebrity Endorser* (X1) 0,474 lebih kecil dari t tabel 1,667. Hipotesis yang terbukti adalah variabel independen, yaitu *Celebrity Endorser* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli Top Coffee mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2009 dan 2010 Universitas Atma Jaya Yogyakarta (Y). Sementara nilai t hitung variabel Sikap Harga (X2) lebih tinggi dari t tabel ($6,949 > 1,667$). Hipotesis yang terbukti adalah variabel independen, yaitu Sikap Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli Top Coffee mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2009 dan 2010 Universitas Atma Jaya Yogyakarta (Y).