

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Pada bab empat ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian ini. Dalam bab ini juga akan dijabarkan beberapa keterbatasan serta saran yang dapat digunakan untuk keperluan pengembangan penelitian selanjutnya.

#### **A. Kesimpulan**

Pada bagian ini akan dijelaskan kesimpulan mengenai topik yang telah diangkat dalam penelitian ini yaitu pengaruh *celebrity endorsement* Abraham Damar Grahita terhadap minat beli konsumen pada produk Azawear. Beberapa variabel yang terpilih dalam penelitian ini adalah *credibility*, *attractiveness*, *celebrity match-up*, dan *transfer meaning*, serta variabel dependen yaitu minat beli konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh serta hubungan yang terjadi antara variabel *credibility*, *attractiveness*, *celebrity match-up*, dan *transfer meaning*, terhadap minat beli konsumen.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh responden sebanyak 103 orang yang telah memenuhi semua kriteria penulis. Responden didominasi oleh responden laki-laki sebanyak 79 orang dan responden perempuan sebanyak 24 orang. Usia rata-rata responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden pada rentang usia 18-25 tahun sebanyak 66 orang dan responden dengan usia di atas 26 tahun sebanyak 37 orang. Profesi responden dalam penelitian ini didominasi oleh pekerja dengan jumlah 80 tahun dan 23 responden berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa semua variabel berpengaruh positif terhadap minat beli. Variabel tersebut *credibility*,

*attractiveness*, *celebrity match-up*, dan *transfer meaning*. Pertama, variabel *credibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan konsumen kepada *celebrity endorser* Azawear berhasil mendorong minat beli produk Azawear. Kredibilitas *endorser* mempengaruhi kecenderungan konsumen sebelum mengambil keputusan pembelian produk atau merek. Pemilihan *celebrity* yang ahli dibidangnya serta dipercaya mampu untuk menyampaikan makna iklan dengan baik, mampu untuk meningkatkan minat beli konsumen. Selanjutnya, variabel *attractiveness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Martin Roll berpendapat bahwa *endorser* yang atraktif atau menarik akan berdampak positif pada endorsement. *Endorser* harus menarik bagi audiens target dalam berbagai aspek seperti penampilan fisik, kemampuan intelektual, kemampuan atletik, dan gaya hidup. Variabel *celebrity match-up* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat beli. Karakter suatu produk harus cocok dengan *image* dari *celebrity*. Dalam penelitian ini, Abraham Damar Grahita sebagai atlet basket, dinilai cocok dan memiliki kesesuaian dengan produk sepatu basket dari Azawear. Terakhir, variabel *transfer meaning* memiliki pengaruh positif terhadap minat beli. Setelah *celebrity* mampu untuk mentrasfer makna yang ada di dalam dirinya ke suatu produk, konsumen mendapatkan “*brand meaning*” yang nantinya akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Dalam penelitian ini, responden mayoritas berpendapat bahwa Abraham mampu untuk memberikan makna ke produk Azawear dan mampu untuk mempengaruhi keputusan pembelian responden. Hasil dari penelitian, menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* dengan menggunakan Abraham Damar Grahita sebagai *endorser*, mampu memberikan pengaruh secara positif terhadap minat beli para konsumen produk Azawear.

## B. Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperluas kriteria responden dalam penelitian dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian, *celebrity endorsment* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dapat digunakan oleh pihak Azawear untuk tetap menggunakan *celebrity* dalam menyampaikan iklan Azawear.
3. Terdapat beberapa faktor yang dapat mendasari pemilihan *celebrity* untuk endorsement. Dalam penelitian ini, kredibilitas (*credibility*), daya tarik (*attractiveness*), kecocokan antara produk dengan *celebrity* (*celebrity match-up*), serta kemampuan *celebrity* untuk transfer makna ke produk (*transfer meaning*) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Pihak perusahaan diharapkan mampu untuk memilih *celebrity* sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu.

## Daftar Pustaka

- A. Shimp, Terence. 2010. *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. 8th Edition, Canada: Nelson Education,Ltd
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Audi, Marc., et al . *The Effect of Celebrity Endorsement on Creating Brand Loyalty: An Application on the Lebanese Cosmetic Sector's Demand*. International Journal of Business Management and Economic Research (IJBMER), Vol 6(5),2015, hal: 273-287
- Baker, M. J. dan G. A. Churchill . 1977. *The Impact of Physically Attractive Models on Advertising Evaluations*. *Journal of Marketing Research*, Vol 14. November, hal: 538-555
- Bimal, Anjum, Dr., Sukhwinder Kaur Dhanda dan Sumeet Nagra. 2012. *Impact of Celebrity Endorsed Advertisements on Consumers*. Asia Pacific Journal of Marketing and Managment Review, Vol. 1,No.2, October. hal: 22-23
- Erdogan B. Z. (1999). *Celebrity Endorsement: A literature review*. *Journal of Marketing Management*, 15(4), 291-314. Crossref.
- Eren-Erdogmus, I, Hadi Salari Lak, dan Mesut Çiçek. 2016. *Attractive or Credible Celebrities: Who Endorses Green Products Better?*. *Procedia-Social Behavioral Sciences*, hal: 587-594. Diakses melalui : <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.085>
- Escalas, J. E., dan Bettman, J. R. 2009. *Connecting with Celebrities: Celebrity Endorsement, Brand Meaning, and Self-brand Connections*. *Journal of Marketing Research*, 13(3), hal: 339-348.
- Fauzi, et. all. 2023. *Buku Ajar Statistika*. Banyumas : PT. Pena Persada Kerta Utama.
- Febrian, A. & Fadly, M. 2021. *Brand Trust as Celebrity Endorser Marketing Moderator's Role*. *Journal of Applied Management*, 19(1), hal. 207-216. <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.01.19>
- Ge, J., dan Gretzel, U. 2018. *Emoji Rhetoric: a Social Media Influencer Perspective*. *Journal of Marketing Management*, 34(15-16), hal. 1272-1295. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2018.1483960>
- Grewal, D., Sukamar, K., Edward, F. F., Carolyn, C., dan James, B. 1997. *Corporative versus Non Comparative Advertising : A Meta Analysis*. *Journal of Marketing Research* 61, hal. 1-15.

- Ghozali, I., dan Latan, H. 2015. *Partial Least Squares*, Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program *Smartpls* 3.0 Untuk Penelitian Empiris (2nded.).Badan Penerbit UNDIP : Semarang
- Haghirian P. and Madlberger M. 2005. *Consumer Attitude Toward Advertising via Mobile Devices: an Empirical Investigation among Austrian User*. Conference: Proceedings of the 13th European Conference on Information Systems, Information Systems in a Rapidly Changing Economy, ECIS 2005, Regensburg, Germany. Mei 26-28, 2005
- Juliana, Arifin Djakasaputra, Amelda Pramezwarly, Jeperson Hutahaeon. 2020. *Marketing Strategy in Digital Era*. Penerbit NEM. 2020, hal.19
- Khairunnisa, S., Hafidhuddin, D., dan Tanjung, H. 2018. *Online Purchase Intention: Study Case Moslem (Islamic) Fashion (Hijup.Com)*. International Journal of Accounting, Finance and Business Vol.3(16), hal. 35-47.
- Kotler dan Amstong, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Martin Roll. *Branding and Celebrity Endorsements*. Diakses melalui: <https://martinroll.com/resources/articles/marketing/branding-and-celebrity-endorsements/>
- McCracken, G. 1989. Who is the *Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process*. Journal of Consumer Research, 16(3), hal: 310-321.
- Mirabi, Akbariyeh, dan Tahmasebifard. 2015. *A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention Case Study: the Agencies of Bono Brand Tile in Tehran*. Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST). Vol. 2 Issue 1, Januari 2015
- Mishra, Aditya. 2015. *Brand-Celebrity Match and Its Impact on Advertising Effectiveness*. DLSU Business & Economics Review 25.1 , hal: 16-27. ICFAI Foundation for Higher Education, India
- Mubarok, Muhammad Mufti. 2018. Pengaruh *Brand Image* dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik Jetis Sidoarjo Dimediasi oleh Minat Beli. INA-Rxiv sdrf5, Center for Open Science. Diakses melalui : <https://ideas.repec.org/p/osf/inarxi/sdrf5.html>
- Muda, M., Musa, R., Mohamed, R. N., dan Borhan, H. 2014. *Celebrity Entrepreneur Endorsement and Advertising Effectiveness*. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 130, hal. 11-20
- Nabil, Mustofa. et. all, 2022. *Celebrity Endorsement and its Impact on Purchase Intention of Luxurious Brands*. The Business and Management Review, Volume 13 Number 2. Future University Egypt.

- Pornpitakpan, C. 2004. *The Effect of Celebrity Endorsers' Perceived Credibility on Product Purchase Intention: The Case of Singaporeans*. Journal of International Consumer Marketing, 16(2), hal. 55-74.
- Rahman, M. S., Haque, M., dan Khan, A. H. 2012. *A Conceptual Study on Consumers Purchase Intention of Broadband Services: Service Quality and Qxperience Economy Perspective*. International Journal Of Business And Management, Vol. 7(18), hal. 115-129
- Rahmanisah, Hafifah dan Fadli , Jul Aidil. *The Effect of Celebrity Endorsement Credibility on Purchase Intention in Premium Price Food*. Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis Volume 8 Number 1 Maret 2022, hal. 12-28
- Rashid Shafiq. 2011. *Analysis of the Factors Affecting Customers' Purchase Intention: The Mediating Role of Perceived Value*. African Journal of Business Management Vol.5 (20), hal: 8041-8049,. dari [https://academicjournals.org/article/article1380553302\\_ul%20Rehman%20et%20al.pdf](https://academicjournals.org/article/article1380553302_ul%20Rehman%20et%20al.pdf)
- Rifon, N. J., dan Choi, S. M. 2012. *It Is a Match : The Impact of Congruence between Celebrity Image and Consumer Ideal Self on Endorsement*. Psychology and Marketing, September Vol. 29(9), hal. 639–650.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities : Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Terjemahan oleh Zulkifli. Jakarta: PT. Indeks.
- Sekaran, U. and Bougie, R. 2016. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 7th Edition, West Sussex : Wiley & Sons
- Shimp, Terence A. 2008. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sidharta, Cynthia. 2014. *Penggunaan Anggun C. Sasmi sebagai Celebrity Endorser dalam Iklan Pantene versi "Bersinarlah Bersama Anggun"*. Jurnal E- Komunikasi Vol. 2 No.3 Tahun 2014. Universitas Kristen Petra, Surabaya
- Silva, João Bernardo Ribeiro. 2018. *The Match-Up hypothesis under a Social Class Perspective*. Universidade Católica Portuguesa
- Siregar, Sofyan. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. 2021. *Metodologi Peneltian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Penerbit PT Kanisius.

Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Umar, Husein. 2003. Metode Riset Bisnis : Panduan untuk Melaksanakan Riset DiInkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi. PT Gramedia Pustaka Utama : Jakarta

Wang, S. W., Kao, G. H. Y., dan Ngamsiriudom, W. 2017. *Consumers Attitude of Endorser Credibility, Brand and Intention With Respect to Celebrity Endorsement of the Airline Sector*. Journal of Air Transport Management Vol.60, hal: 10–17.

Dari (<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2016.12.007>)

Wibowo, Agung Edy. 2021. Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah. Cirebon : PT Insania

Yuniarto, H. 2010. Corak Kulit sebagai Daya Tarik Kecantikan Luar terhadap Perempuan di Desa Simego.dari :

<http://ruraleconomics.fib.ugm.ac.id/wpcontent/uploads/lebakbarang-2010-%20hendy-yuniarto>

Yusuf , A Muri. 2017. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Kencana.

<https://ardiles.co.id/abraham-damar-jadi-pebasket-nasional-pertama-yang-miliki-sepatu-khusus/>





**LAMPIRAN 1**  
**KUESIONER**



## Lampiran Kuesioner Penelitian

### Bagian 1: Profil Responden & Pertanyaan Filter

Jenis Kelamin:

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

Nama:

Usia (berupa angka):

Profesi:

Seberapa sering Anda menemukan iklan yang didukung oleh Selebriti?

- a. Tidak Pernah
- b. Jarang
- c. Sering
- d. Sangat Sering

Iklan mana yang paling menarik perhatian Anda?

- a. Iklan yang didukung selebriti
- b. Iklan yang tidak didukung selebriti

### Bagian 2: Pertanyaan Umum

Apakah Anda mengenal Abraham Damar Grahita ?

- a. Ya
- b. Tidak

Apakah Anda mengetahui tentang produk Azawear ?

- a. Ya
- b. Tidak

### Bagian 3: Pertanyaan mengenai variabel penelitian

**Keterangan:**

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

### Elemen *Celebrity endorsement*

#### 1. Kredibilitas (*Credibility*)

No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya percaya pada rekomendasi produk Azawear oleh Abraham Damar Grahita					
2.	Saya berpikir bahwa Abraham Damar Grahita menyediakan sumber informasi yang dapat diandalkan					
3.	Menurut saya Abraham Damar Grahita mampu meyakinkan saya untuk menggunakan produk Azawear					
4.	Menurut saya Abraham Damar Grahita merupakan selebriti yang ahli di bidangnya					
5.	Menurut saya Abraham Damar Grahita memiliki pengetahuan tentang Azawear sehingga pesan dalam iklan dapat tersampaikan dengan baik					

#### 2. Daya Tarik (*Attractiveness*)

No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Menurut saya Abraham Damar Grahita memiliki daya tarik yang kuat					
2.	Menurut saya Abraham Damar Grahita memiliki penampilan yang menarik					
3.	Menurut saya Abraham Damar Grahita memiliki kepribadian yang baik					
4.	Menurut saya Abraham Damar Grahita memiliki wajah yang menarik					

### 3. Celebrity Match-Up Congruence with The Brand / Product

No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sering melihat Abraham Damar Grahita dalam iklan Azawear					
2.	Menurut saya image dari Abraham Damar Grahita cocok untuk mengiklankan produk Azawear					
3.	Abraham Damar Grahita sangat tepat untuk mendukung iklan produk Azawear					
4.	Abraham Damar Grahita dan produk Azawear memiliki tingkat kesesuaian (endorser-merek/produk) yang tinggi.					

### 4. Transfer Meaning

No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Atribut yang dimiliki oleh Abraham Damar Grahita memberikan suatu makna tersendiri ke dalam produk Azawear (atribut merupakan hal-hal yang menjadi karakteristik seseorang, seperti : keren, stylish, anggun)					
2.	Kehadiran Abraham Damar Grahita dalam mempromosikan produk Azawear membantu saya mengingat produk-produk dari Azawear					
3.	Atribut yang dimiliki oleh Abraham Damar Grahita dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya (atribut merupakan hal-hal yang menjadi karakteristik seseorang, seperti : keren, stylish, anggun)					

### 5. Sikap konsumen terhadap merek Azawear

No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya percaya pada kualitas produk yang dijual oleh Azawear					
2.	Saya merasa puas atas produk-produk dari Azawear					

3.	Saya merekomendasikan produk-produk dari Azawear kepada teman saya					
----	--	--	--	--	--	--

#### 6. Niat Beli Konsumen

No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya akan mencari tahu lebih lanjut mengenai produk dari Azawear					
2.	Saya akan membeli produk ini					
3.	Saya tertarik untuk mencoba menggunakan produk-produk dari Azawear					
4.	Kehadiran Abraham Damar Grahita dalam iklan Azawear mendorong saya untuk membeli produk-produk dari Azawear					
5.	Saya akan melakukan pembelian produk Azawear secara terus-menerus atau berulang					



**LAMPIRAN 2**  
**KUESIONER DARING**



# Pengaruh *Celebrity Endorsement* Abraham Damar Grahita Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Azawear

Perkenalkan saya Valentinus Michael Reinaldi, Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Atmajaya Yogyakarta. Saya berharap ketersediaan teman-teman untuk mengisi kuesioner penelitian mengenai "*Pengaruh Celebrity Endorsement Abraham Damar Grahita Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Azawear*".

Jawablah pertanyaan dibawah ini sesuai dengan pengalaman dan pendapat kalian. Atas perhatian dan waktunya, saya mengucapkan terimakasih.



[Login ke Google](#) untuk menyimpan progres.

22.06

◀ WhatsApp



[Login ke Google](#) untuk menyimpan progres.  
[Pelajari lebih lanjut](#)

\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Jenis Kelamin \*

Perempuan

Laki-Laki

Nama \*

Jawaban Anda

Usia (Berupa Angka) \*

Jawaban Anda

Profesi \*

Jawaban Anda

Seberapa sering Anda menemukan iklan \*

docs.google.com



22.06

◀ WhatsApp



Jawaban Anda

Seberapa sering Anda menemukan iklan yang didukung oleh Selebriti ? \*

- Tidak Pernah
- Jarang
- Sering
- Sangat Sering

Iklan mana yang paling menarik perhatian Anda? \*

- Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)
- Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)

Berikutnya

Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)



Google Formulir

docs.google.com

# Produk Azawear

Login ke [Google](#) untuk menyimpan progres.  
Pelajari lebih lanjut

\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

## Pertanyaan Umum

Abraham Damar Grahita sebagai Celebrity Endorser pada Produk Azawear



Apakah Anda mengetahui Abraham Damar \*  
Grahita?

- Ya
- Tidak

Apakah Anda mengetahui tentang produk \*  
Azawear?

- Ya
- Tidak

Kembali

Berikutnya

Kosongkan  
formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

docs.google.com

Berikut merupakan pertanyaan mengenai variabel penelitian. Responden dimohon untuk mengisi dengan jujur dan apa adanya.

Menggunakan Skala Likert  
STS = Sangat Tidak Setuju  
TS = Tidak Setuju  
N = Netral  
S = Setuju  
SS = Sangat Setuju

*Celebrity Endorsement  
Credibility*

Saya percaya pada rekomendasi produk  
Azawear oleh Abraham Damar Grahita \*

STS

1

2

3

4

5

SS

Saya berpikir bahwa Abraham Damar  
Grahita menyediakan sumber informasi  
yang dapat diandalkan \*

STS

1 2 3 4 5 

SS

Menurut saya, Abraham Damar Grahita  
mampu meyakinkan saya untuk  
menggunakan produk dari Azawear \*

STS

1 2 3 4 5 

Menurut saya, Abraham Damar Grahita \*  
merupakan selebriti yang ahli di bidangnya

STS

1 2 3 4 5 

SS

Menurut saya, Abraham Damar Grahita \*  
memiliki pengetahuan tentang Azawear  
sehingga pesan dalam iklan dapat  
tersampaikan dengan baik

STS

1 2 3 4 5 

SS

Celebrity Endorsement

Attractiveness

22.10

4G 42

Menurut saya, Abraham Damar Grahita \*  
memiliki daya tarik yang kuat

STS

1

2

3

4

5

SS

Menurut saya, Abraham Damar Grahita \*  
memiliki penampilan yang menarik

STS

1

2

3

4

5

SS

Menurut saya, Abraham Damar Grahita \*  
memiliki kepribadian yang baik

STS

1

2

3

4

5

SS

Menurut saya, Abraham Damar Grahita \*  
memiliki wajah yang menarik

STS

1

2

3

4

5



SS



Celebrity Endorsement

Celebrity Match-Up Congruence with The Brand/Product

22.10

4G 41

Saya sering melihat Abraham Damar  
Grahita dalam iklan Azawear \*

STS

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

SS

Menurut saya, image dari Abraham Damar  
Grahita cocok untuk mengiklankan produk  
Azawear \*

STS

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

SS

docs.google.com

Abraham Damar Grahita sangat tepat untuk \*  
mendukung iklan dari produk Azawear

STS

1 2 3 4 5 

SS

Abraham Damar Grahita dan produk \*  
Azawear memiliki tingkat kesesuaian yang  
tinggi

STS

1 2 3 4 5 

SS

*Celebrity Endorsement*

*Transfer Meaning*

Atribut yang dimiliki Abraham Damar \*  
Grahita memberikan suatu makna tersendiri  
ke dalam produk Azawear  
(Atribut merupakan suatu hal yang menjadi  
karakteristik seseorang seperti : keren,  
*stylist*, *anggun*)

STS

1

2

3

4

5

SS



Kehadiran Abraham Damar Grahita dalam mempromosikan produk Azawear membantu saya mengingat produk-produk dari Azawear \*

STS

1

2

3

4

5

SS

Atribut yang dimiliki Abraham Damar Grahita dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya \*

STS

1

2

3

4

5



**LAMPIRAN 3**

**DATA RESPONDEN DAN JAWABAN**

**PERTANYAAN**

No	Jenis Kelamin	Nama	Usia (Berupa Angka)	Profesi	Seberapa sering Anda menemukan iklan yang didukung oleh Selebriti ?	Iklan mana yang paling menarik perhatian Anda?	Apakah Anda mengetahui Abraham Damar Grahita?	Apakah Anda mengetahui tentang produk Azawear?
1	Laki-Laki	Anthony	28	Koki	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
2	Laki-Laki	kristanto	25	pelatih basket	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
3	Laki-Laki	The penks	25	Mahasiswa	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
4	Laki-Laki	Lubis	23	Atlet	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
5	Laki-Laki	Jekep	22	Atlet	Jarang	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
6	Laki-Laki	Richard	28	Fotografer	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
7	Laki-Laki	Jhonsen	24	Karyawan Swasta	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
8	Perempuan	Chintya	24	Karyawan swasta	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
9	Laki-Laki	Steven	24	Kantoran	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
10	Laki-Laki	Arnoldus Galih Danasmoro	24	Karyawan Swasta	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya

11	Laki-Laki	Hary	24	Freelance	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
12	Laki-Laki	Restu	25	Atlet	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
13	Laki-Laki	Wthidayt	24	Buruh	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
14	Laki-Laki	Gabriel Btara	23	Dokter Muda	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
15	Laki-Laki	Pandu	28	Fotografer	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
16	Laki-Laki	Ikram	25	Atlit basket	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
17	Laki-Laki	ali mustofa	27	atlet	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
18	Perempuan	novi	22	relationship officer	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
19	Laki-Laki	Samuel Devin Susanto	25	Atlet	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
20	Laki-Laki	Beda Venerabilis Diwangkara	26	Karyawan Swasta	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
21	Laki-Laki	Naufal	22	mahasiswa	Jarang	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
22	Perempuan	Linda	23	Mahasiswa	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya

23	Laki-Laki	Kevin	26	Designer	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
24	Perempuan	Lisa	29	Wirausaha	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
25	Laki-Laki	Krisma	25	Guru	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
26	Laki-Laki	dani	19	pelajar	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
27	Laki-Laki	Dionisius arsa	25	Freelancer	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
28	Laki-Laki	Nicholas Abby Oktavian	19	Mahasiswa	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
29	Laki-Laki	Umar	35	Karyawan	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
30	Perempuan	naya	20	mahasiswa	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
31	Laki-Laki	Rayan	20	Mahasiswa/Atlit	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
32	Laki-Laki	Raka	27	Karyawan Swasta	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
33	Laki-Laki	Dimas	18	Mahasiswa	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
34	Laki-Laki	Sabryan	23	Filmmaker	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya



35	Laki-Laki	Rama	19	Mahasiswa	Jarang	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
36	Laki-Laki	Fery	25	Guru	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
37	Laki-Laki	Putra	23	Pengusaha Minyak	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
38	Perempuan	Annisa	27	Karyawan swasta	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Tidak	Ya
39	Laki-Laki	ghatfan nurzaman	19	Mahasiswa	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
40	Laki-Laki	James	24	Freelance	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
41	Laki-Laki	Andre	28	Atlet	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
42	Laki-Laki	Qori Bilbalas	24	Wirausaha	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
43	Laki-Laki	Nuke Tri	27	Atlet	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
44	Perempuan	Rista	22	Mahasiswa	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
45	Laki-Laki	Halim Oleh	28	Pelatih Basket	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
46	Laki-Laki	Yanuar Dwi	33	Pelatih	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya

47	Laki-Laki	Muklis	23	Atlet	Jarang	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
48	Perempuan	iak	25	freelancer	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
49	Laki-Laki	Indra Muhammad	28	Atlet	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
50	Perempuan	Adit	32	Atlet Basket	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
51	Perempuan	Nadia	21	Mahasiswa	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
52	Perempuan	Gwen	19	Mahasiwa	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
53	Laki-Laki	Bagus	24	Freelance	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
54	Laki-Laki	Steven	23	Karyawan swasta	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
55	Laki-Laki	Mufid Angger Sukmana	25	Peternak	Sangat Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Tidak	Ya
56	Laki-Laki	Muhammad Zakyashrof Mabruri	23	Swasta	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
57	Perempuan	Vanessa	23	Staff DBL Academy	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
58	Laki-Laki	Zaki Pramuditya	24	Pekerja	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya

59	Laki-Laki	Deny Irawan	27	Karyawan swasta	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
60	Laki-Laki	Anselmus Maseratino Haryagung	23	Karyawan swasta	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
61	Laki-Laki	Divo	22	Mahasiswa	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
62	Laki-Laki	DUMAS KARINDRA	25	Pns	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
63	Laki-Laki	Setyo Haryo Utomo	25	Mine plan pasir silika	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
64	Laki-Laki	Angga	23	PNS	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
65	Perempuan	Ajeng	25	Wirausaha	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
66	Laki-Laki	Dito	18	Mahasiswa	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
67	Laki-Laki	Kotak	24	Pelatih	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
68	Laki-Laki	Yuda	26	Buruh	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
69	Laki-Laki	Adam	30	Kerja kantoran	Jarang	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
70	Perempuan	Bambang Asandi	23	Mahasiswa	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya

71	Laki-Laki	Aris Kumala	32	Sipil	Jarang	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
72	Perempuan	Mia Amania	25	Designer	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
73	Perempuan	Elisabeth Cristie	35	Freelance	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
74	Laki-Laki	Ahmad Ali	32	Karyawan BUMN	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
75	Perempuan	Gisella	24	Wiraswasta	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
76	Perempuan	Prida	24	Wiraswasta	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
77	Laki-Laki	ABDI NUR ALDIFA	21	wirusaha	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
78	Perempuan	Chris	24	Wiraswasta	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
79	Perempuan	Cele	24	Wiraswasta	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
80	Perempuan	Cel	24	Mahasiswi	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
81	Laki-Laki	Deo	27	Atlet	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
82	Perempuan	Jeje	29	Pegawai	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya

83	Perempuan	Elsa	28	Atlet	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
84	Laki-Laki	Daniel	29	Atlet	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
85	Laki-Laki	Alfian Harianto	37	Guru	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
86	Laki-Laki	James Bond	56	MI6 Agent	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
87	Laki-Laki	Ananda Dewantara	30	Penggemar olahraga basket	Jarang	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
88	Laki-Laki	Richardus Saila Budianta	41	PNS	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
89	Laki-Laki	Dapit	29	Atlet	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
90	Laki-Laki	Ardian Wijaya	39	PNS	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
91	Laki-Laki	Panji	24	Karyawan swasta	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
92	Perempuan	Elizabeth cristie timmerman	50	Wiraswasta	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
93	Laki-Laki	jeo marvian	19	mahasiswa	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
94	Laki-Laki	Wahyu	21	Mahasiswa	Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya

95	Laki-Laki	Joko San	27	Wirausaha	Jarang	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
96	Laki-Laki	Youhan	27	Musisi	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
97	Laki-Laki	Bima	22	Mahasiswa	Jarang	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
98	Laki-Laki	Ony	29	Wirausaha	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
99	Laki-Laki	Kurniawan	26	Atlet	Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
100	Laki-Laki	Fega	25	Pelatih	Jarang	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
101	Perempuan	Fabiola Putri	20	Mahasiswi	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
102	Perempuan	DEA GLORIA EVIRA PUTRI	21	MAHASISWA	Sangat Sering	Iklan yang didukung selebriti (Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya
103	Laki-Laki	Samuel	19	Mahasiswa	Sangat Sering	Iklan yang tidak didukung selebriti (Non Celebrity endorsed advertisement)	Ya	Ya

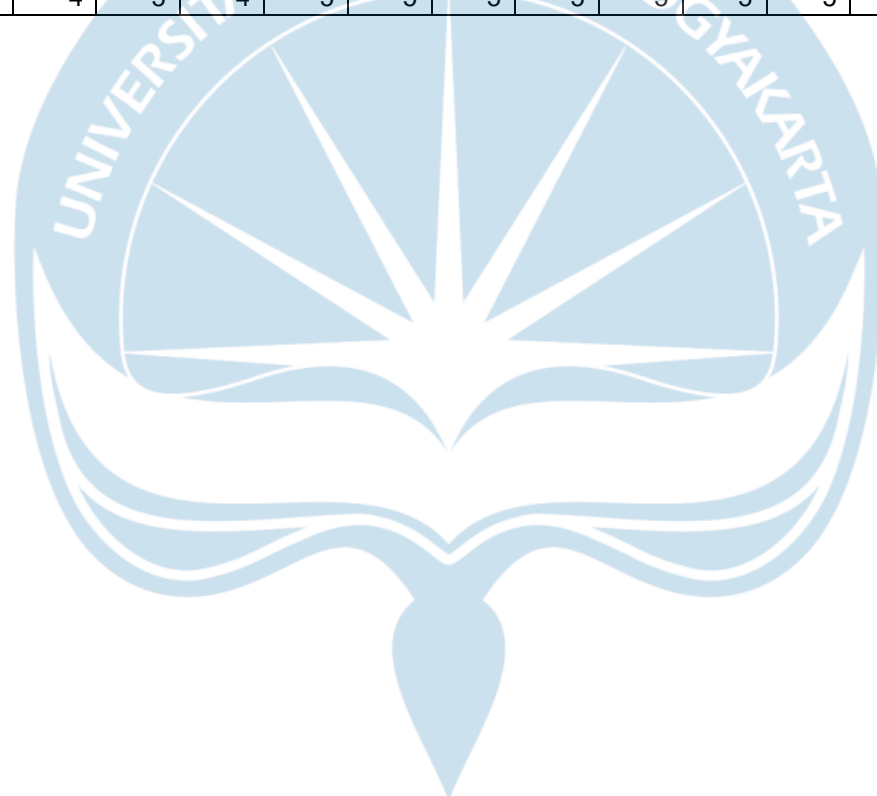
No	Credibility					Attractiveness				Celebrity Match-Up Congruence with The Brand / Product				Transfer Meaning			Niat Beli Konsumen				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X4.1	X4.2	X4.3	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5
1	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3
2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5
6	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
8	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4
9	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
10	5	4	4	5	4	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
11	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3
12	3	3	1	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2	1	1
13	3	3	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2
14	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
15	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
16	3	2	1	5	4	3	3	3	3	4	5	5	5	4	3	1	1	1	1	1	1
17	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3
18	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	5	3	5	3	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	3	5	4	3
21	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5
22	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
23	3	3	2	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4	4	3	2	2	1	2	2	2
24	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4
25	5	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3
27	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3

28	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2
29	3	4	4	5	4	3	2	3	1	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	2
30	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3
31	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	2
32	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4
33	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	1	1	3	1
35	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
36	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
37	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	1	1	1
38	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2
39	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
40	2	4	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5
44	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	2	4	4	4
45	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
46	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	4	2
48	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2
52	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2
53	2	3	3	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	1	2	1
54	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	5	2	2	4	5	5	2	2
56	4	4	3	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2
57	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
58	3	3	3	5	4	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	3
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3
61	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5



62	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5
63	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4
64	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	2
65	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
68	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
69	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2
73	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	2	2	2	2	2
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
82	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
84	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
85	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
86	3	3	2	4	4	3	2	3	2	4	4	4	4	3	4	2	2	2	2	2	2
87	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3
88	5	4	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3
90	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
92	5	5	5	5	4	5	4	3	3	3	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3
93	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	2
94	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	2	4	4	2
95	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	2	4	3	2

96	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5
100	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
103	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5





**LAMPIRAN 4**  
**HASIL OLAH DATA SPSS**

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<i>Credibility (X1)</i>	X1.1	0.734	0.1927	VALID
	X1.2	0.772	0.1927	VALID
	X1.3	0.764	0.1927	VALID
	X1.4	0.720	0.1927	VALID
	X1.5	0.746	0.1927	VALID
<i>Attractiveness (X2)</i>	X2.1	0.756	0.1927	VALID
	X2.2	0.871	0.1927	VALID
	X2.3	0.781	0.1927	VALID
	X2.4	0.871	0.1927	VALID
Celebrity Match-Up Congruence with The Brand / Product (X3)	X3.1	0.721	0.1927	VALID
	X3.2	0.829	0.1927	VALID
	X3.3	0.794	0.1927	VALID
	X3.4	0.774	0.1927	VALID
Transfer Meaning (X4)	X4.1	0.810	0.1927	VALID
	X4.2	0.840	0.1927	VALID
	X4.3	0.845	0.1927	VALID
Niat Beli Konsumen (Y)	Y1.1	0.828	0.1927	VALID
	Y1.2	0.848	0.1927	VALID
	Y1.3	0.857	0.1927	VALID
	Y1.4	0.870	0.1927	VALID
	Y1.5	0.783	0.1927	VALID

Variabel	Koef. Alpha Cronbach	Limit of Alpha Cronbach	Keterangan
<i>Credibility (X1)</i>	0.797	0,7	Reliabel
<i>Attractiveness (X2)</i>	0.838	0,7	Reliabel
Celebrity Match-Up Congruence with The Brand / Product (X3)	0.785	0,7	Reliabel
Transfer Meaning (X4)	0.764	0,7	Reliabel
Niat Beli Konsumen (Y)	0.892	0,7	Reliabel

Variabel	N Statistics	Minimum Statistics	Maximum Statistics	Mean Statistics	Standard Deviation Statistics
<i>Credibility</i>	103	1.80	5.00	3.7825	0.6923

<i>Attractiveness</i>	103	2.00	5.00	4.1262	0.7685
-----------------------	-----	------	------	--------	--------



Celebrity Match-Up Congruence with The Brand / Product	103	2.50	5.00	3.9612	0.6603
Transfer Meaning	103	2.00	5.00	4.2136	0.7427
Niat Beli Konsumen	103	1.00	5.00	3.4544	0.9872

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	.601 <sup>a</sup>	0.361	0.335	3.36779
a. Predictors: (Constant), Transfer Meaning, Kredibilitas, Celebrity Match-Up Congruence with The Brand /				



	Model	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Keterangan
1	(Constant)		-2.512	0.014	Signifikan
	<i>Credibility</i>	0.283	3.318	0.001	Signifikan
	<i>Attractiveness</i>	0.195	2.059	0.042	Signifikan
	Celebrity Match Up	0.172	2.017	0.046	Signifikan
	Transfer Meaning	0.257	2.782	0.006	Signifikan

Variabel Dependen: Niat Beli

ANOVA						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	628.872	4	157.218	13.862	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1111.517	98	11.342		
	Total	1740.388	102			

a. *Dependent Variable* : Niat Beli Konsumen  
b. Predictors: (Constant), Transfer Meaning, Kredibilitas, Celebrity Match-up