

**PENGARUH KREDIBILITAS *ENDORSER* TERHADAP
TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN
(Studi eksplanatif pengaruh tingkat *attractiveness*, *trustworthiness*,
dan *expertise* “Sule” dalam iklan XL dan kartu AS terhadap
tingkat loyalitas konsumen XL pada Mahasiswa Komunikasi FISIP
Universitas Atma Jaya Yogyakarta)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

DIAN MUSTIKAWATI ADIPURA

070903406

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

2011

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KREDIBILITAS *ENDORSER* TERHADAP TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN

(Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat *Attractiveness*, *Trustworthiness*,
dan *Expertise* “Sule” dalam Iklan XL dan Kartu AS Terhadap
Tingkat Loyalitas Konsumen XL pada Mahasiswa Komunikasi
FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

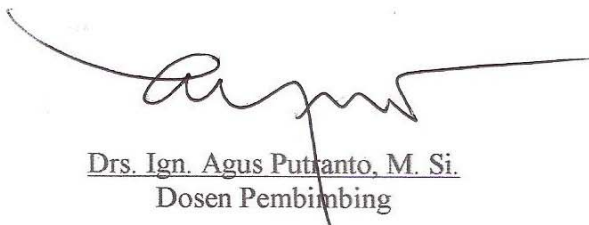
SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Dian Mustikawati Adipura
070903406

Disetujui Oleh:


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

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Endorser* Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen (Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat *Attractiveness*, *Trustworthiness*, dan *Expertise* “Sule” dalam Iklan XL dan Kartu AS Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen XL pada Mahasiswa Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

Penyusun : Dian Mustikawati Adipura

NIM : 07 09 03406

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Rabu, 7 Desember 2011

Pukul : 14.30 WIB

Tempat : Ruang Pendaran lantai 2 FISIP UAJY

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.
Penguji Utama

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.
Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, M.A.
Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dian Mustikawati Adipura

Nomor Mahasiswa : 07 09 03406

Program Studi : Komunikasi

Judul Karya Tulis : Pengaruh Kredibilitas *Endorser* Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen (Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat *Attractiveness*, *Trustworthiness*, dan *Expertise* “Sule” dalam Iklan XL dan Kartu AS Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen XL pada Mahasiswa Komunikasi FISIP UAJY)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik. Apabila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksengajaan antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau kesarjanaaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 16 Desember 2011

Saya yang menyatakan,



Dian Mustikawati Adipura

"kunci kesuksesan adalah yakin pada diri sendiri"

#TheSecret

#LawAttraction
(Mustika-Fajar)

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

- ✓ **Kedua Orang Tuaku**
Drs. H. Soekamto, M. Si, Akt
Tri Tedjo Hartanti

- ✓ **Malaikat Pelindungku**
Immanuel Fajar Widianoro

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, penulis panjatkan kepada Sang Pencipta alam semesta yang maha baik. Rasa syukur ini tidak pernah berhenti memuja namaNya yang begitu mulia. Karena atas ridhoNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Kredibilitas *Endorser* Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen yang merupakan studi eksplanatif pengaruh tingkat *attractiveness*, *trustworthiness*, dan *expertise* “Sule” dalam iklan XL dan kartu AS terhadap tingkat loyalitas konsumen XL pada mahasiswa komunikasi FISIP UAJY.

“galau” adalah satu kata yang mewakili pelaksanaan skripsi ini selama beberapa bulan. Banyak godaan datang menghambat kinerja penulis, namun pada akhirnya penulis sadar akan yang disebut sebagai “prioritas” dan “tanggung jawab”. Sebuah tanggung jawab penulis kepada kedua orang tua, terutama papa.

Bersyukur, berfikir positif, yakin, dan optimis adalah kekuatan yang menolong penulis menyelesaikan skripsi ini. Serta semangat dan kasih sayang orang-orang terdekat penulis yang mampu mendorong penulis untuk berusaha lebih keras lagi. Berjuta terimakasih dan rasa syukur penulis haturkan kepada :

1. **Allah SWT**, Tuhan yang maha baik kepada hambaNya. Atas ridhoMu, aku mampu melalui ini semua. Atas ridhoMu, aku dapat mengakhiri tahun 2011 ini dengan sebuah ‘kelulusan’.
2. Papa dan Mama, **Drs. H. Soekamto, M. Si.** dan **Tri Tedjo Hartanti** terimakasih atas kesempatan dan kepercayaan papa buat dian meneruskan kuliah, terimakasih atas restu serta doa yang selalu mama panjatkan pada Allah. I love u mam... I love u dad....

3. My older sister **Dewi Mustikasari Adhi Surya**, thanks for ur support sista ☺ dan juga dua kakakku yang lain **Henni Susilowati** dan **Ratna Wijayanti** yang pernah bantu ‘finansial’ di awal-awal masuk kuliah hehe :D tak ketinggalan my littler sister yang paling bandel **Diah Lestari Adi Purna Yoga**, mbak iyan percaya, suatu saat kamu bisa jadi anak papa dan mama yang paling sukses, dek! (setelah mbak iyan tentunya :p)
4. Bpk. **Drs. Ign. Agus Putranto, M. Si**, sebagai dosen pembimbing skripsi. Terimakasih atas bimbingannya pak, akhirnya selesai juga skripsi saya ☺
5. Ibu **F. Anita Herawati, SIP., M.Si.**, selaku penguji utama yang juga sudah memberi banyak masukan untuk revisi skripsi ini.
6. Bpk. **Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos, MA.**, selaku penguji 2 yang juga sudah memberi masukan untuk perbaikan skripsi ini.
7. Kampus **FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta**, bapak/ibu dosen dan karyawan yang sudah banyak membantu dalam urusan perkuliahan, bapak satpam, dan mas-mas CS yang sudah banyak membantu pada saat aktif di organisasi.
8. **Atmajaya Broadcasting Network (ABN)**, organisasi pertama yang aku tekuni, di sinilah aku tumbuh dan berkembang, bertemu orang-orang yang OKE punya! Kuat mental! Such as: **Nayunda Sinta, Aloysius Catur Setyawan, Sherley Esperansa, Nurul Efrina Siregar, Jimmy Tumbelaka, Aprina Wahyuningtyas, Teguh Triguna, Yoana Berchmans**, dari lubuk hati yang paling dalam aku menyatakan SUNGGUH! Aku BERSYUKUR, BERUNTUNG, dan TIDAK MENYESAL pernah bekerja dengan kalian di

kepengurusan ABN 2008, kalo boleh sombong dikit, kayanya kita adalah pengurus yang paling OKE sepanjang kepengurusan ABN yak? Hehehe :D juga buat adek angkatan **Eka Chandra & Tesa Oktiana**, *well.. u really did a great job in this organization, girls!* dan buat ABNers yang lain: **Riki, Tumbur, Pindho, Sidhi, Dimas, Sonia, Ara, Niken, Nadia, Feli, Gugi, Maria, Merry, Ajeng, Bambu, Yosi, Egi, Tetep, Arya**, hmm.. aduh siapa lagi yak???? :-/

9. **Atma Jaya Radio (AJR)**, keluarga kecilku di kampus. Makasih buat angkatan 4 dan 5: **Racka, Tice, Jimmy, Bamboo, Woody, Irene, Reco, Kunthi** yang uda mempercayakanku untuk jadi bagian dari keluarga ini. Dan SPESIAL buat sodara dan sodari seangkatan, angkatan 6: **Cik Erlin, Fera Panda, Dimce, Bli Agus, Tianshi, Dhika Anjeli, Jamila, Ame, dan Otonk**, kita angkatan paling OKEEEE!!!! *Im gonna really miss u guys!* Jangan lupa “Wedding Champion” nya yaaa!!! & janji reunion kita di SINGAPORE haha! Gak lupa sama angkatan 7: **Aga, Agnes, CD, Oik, Sylvi, Tata, Tesa, Vini**, dan angkatan 8: **Bene, Gina, Ita, Lia, Yenni, Ve, Cizta, Yetri**.
10. **Fisip Atmajaya Televisi (FIAT) 2008**, banyak hal yang aku dapetin dari stasiun TV ‘kecil’ ini.... also thanks to **Pak Joe, Bang Pe, Mas Aji, Asslab: Menteng, Mba Eri, Kak Vika, Torce**.
11. **The Windri Crews**, keluarga senasib sepenanggunganku di jogja **Catherine Ratih, Felicia Ratih, Natalia Indah, Maria Kirana, Aya Cahya, Rena Immaculata**. Yeah... aku bakal merindukan kalian dan kos ini!! Ga ada kost-kost-an se-asik Kost Windri di sekitar babarsari ini! :D juga terimakasih buat

Pak Hardiman selaku bapak kost yang uda menerima dan memberi kesempatan saya untuk tinggal di kost ini selama kurang lebih 4,5 thn.

12. **Prambors Jogja**, yang punya *tagline* “tempat anak muda mangkal” kalo kata *the magangers* si “tempat anak muda magang” haha :D banyak banget hal-hal yang menginspirasiku dari radio ini. Mulai dari karakter suara penyiarinya, terutama iklan spotnya... bener2 KREATIP! Dan yang pasti orangnya asik2! Thx alot buat para wadya bala...
13. **Swaragama Group**, mulai dari **MyMagz**, **Swaragama Production**, and especially **Swaragama FM**. Terimakasih uda diberi kesempatan belajar siaran yang akhirnya diberi kepercayaan buat naik siar meski cuma 2 minggu karena harus memutuskan untuk mundur demi kelancaran skripsi ini. Ga lupa buat Swaragama Broadcaster Program (SBP) 2011, terutama **The Team Bawang**, Ahnaf, Akbar, Uci, Fahry & Dimce, *i really... really... really miss u guys!! Alots!!!*
14. **Ustad Hery**, guru spiritual yang selalu membimbing menjadi orang yang selalu bersyukur pada Tuhan, menjadi orang yang yakin pada diri sendiri.
15. Om **Bambang Eko Prihanto** & tante **Maria Sri Kastantini**, terimakasih atas perhatian, dukungan dan doanya om,, tante... akhirnya dian lulus ☺
16. **Teman-teman terbaikku**, teman-teman sepermainan, teman-teman yang selalu ada dalam susah dan senang, temen-temen yang uda nyempetin dateng dan nungguin waktu pendadaran: **Sinta, Donat, Nanin, Dimce, Rici, Sunu, Tumbur, Abul, Eka, Cety, Koh Wahyu, Borak, Tesa, Ipeh, Teo, Mba Win, Aya, Dikta**, terus... aduh siapa ya yang belum disebutin??? :-?

17. Kekasih yang setia memberi semangat, mendoakan, dan menuntunku menjadi seseorang yang lebih baik lagi, **Immanuel Fajar Widiantoro**. Akhirnya...
hun lulus iw! *It's bcoz of u, darl...*♥ Perjalanan hidup yang sesungguhnya akan segera dimulai, kita akan berjuang sama-sama.... kita pasti bisa meraih kesuksesan bersama! *#TheSecret #LawAttraction* ☺
18. Semua pihak yang belum disebut, yang secara langsung maupun tidak langsung membantu tersusunnya penelitian ini, terima kasih banyak. God Bless ☺

Yogyakarta, Desember 2011

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAKSI	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
E. Kerangka Teori	4
F. Kerangka Konsep	21
G. Hipotesis	24
H. Definisi Operasional	25
I. Metodologi Penelitian	
1. Metode Penelitian	30
2. Jenis Penelitian	30
3. Lokasi Penelitian	30
4. Populasi dan Sampel	31
5. Teknik Pengumpulan Data	33
6. Metode Analisis Data	34

BAB II OBJEK PENELITIAN

A. Profil Sule	38
B. Profil XL	
1. Sejarah XL	40
2. Logo XL	42
3. Produk dan Layanan	43
C. Profil Telkomsel	45
1. Produk Telkomsel	46
2. Layanan Telkomsel	47
3. Logo Kartu AS	47
D. Deskripsi iklan	
1. Iklan XL	48
2. Iklan Kartu AS	49

BAB III ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

A. Analisis Data	
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	53
3. Deskripsi Variabel Penelitian	54
4. Uji Korelasi	69
5. Uji Regresi	71
B. Interpretasi Data	81

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	91
B. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA	95
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

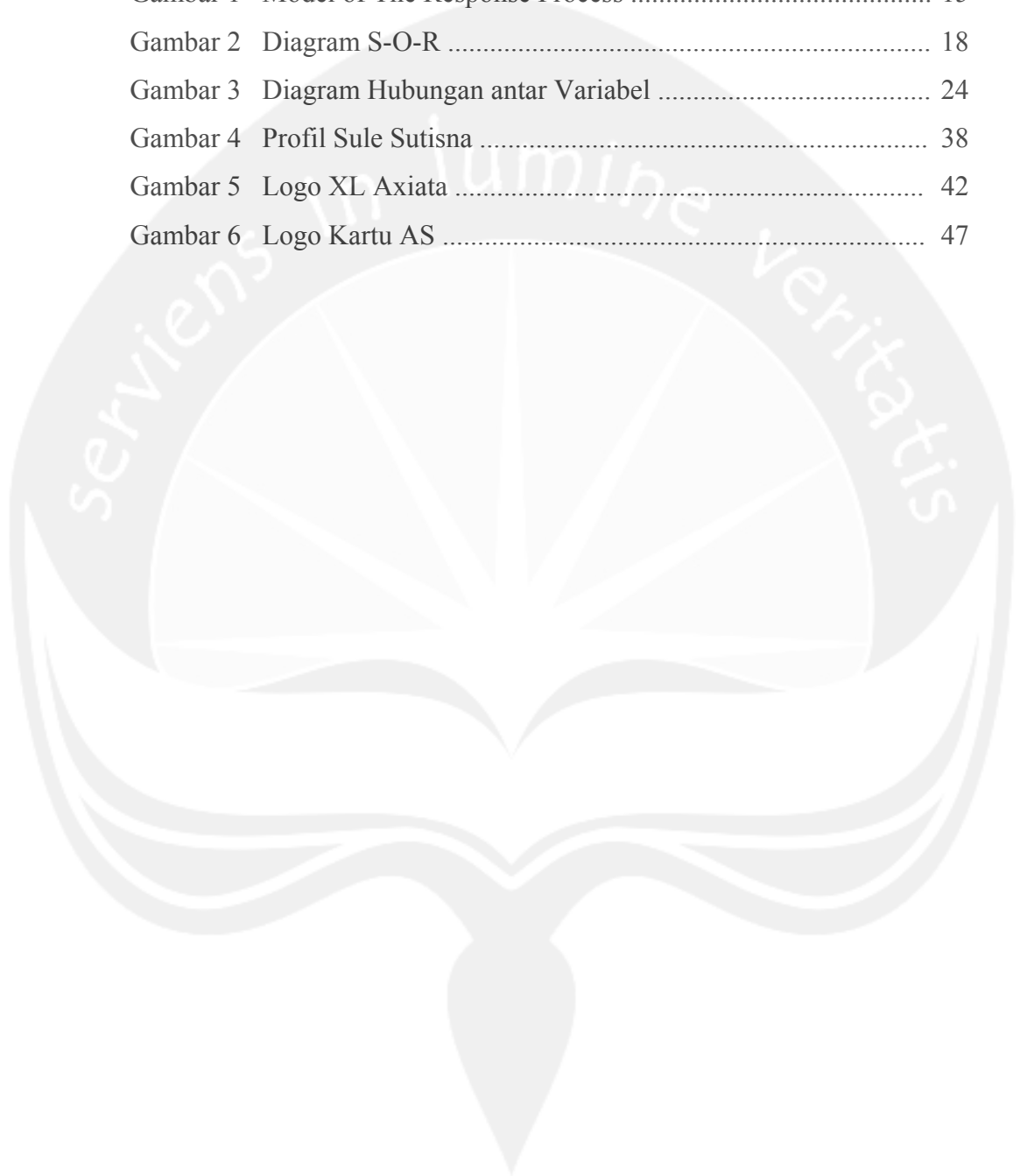
Tabel 1	Data Mahasiswa Aktif Ilmu Komunikasi UAJY	32
Tabel 2	Uji Validitas Variabel X	51
Tabel 3	Uji Validitas Variabel Y	52
Tabel 4	Uji Validitas Variabel Z	52
Tabel 5	Uji Reliabilitas	53
Tabel 6	Hasil Jawaban Responden pada Variabel X	54
Tabel 7	Kategorisasi Indikator <i>Attractiveness</i>	55
Tabel 8	Kategorisasi Indikator <i>Trustworthiness</i>	56
Tabel 9	Kategorisasi Indikator <i>Expertise</i>	57
Tabel 10	Kategorisasi Variabel X	58
Tabel 11	Hasil Jawaban Responden pada Variabel Y	59
Tabel 12	Kategorisasi Indikator Komitmen pada Merek	60
Tabel 13	Kategorisasi Indikator Berani Membayar Lebih	61
Tabel 14	Kategorisasi Indikator Merekomendasikan pada Orang Lain	61
Tabel 15	Kategorisasi Indikator Tidak Ada Pertimbangan dalam Melakukan Pengulangan Pembelian	62
Tabel 16	Kategorisasi Berdasarkan Indikator Selalu Mengikuti Informasi yang Berkaitan dengan Merek	63
Tabel 17	Kategorisasi Berdasarkan Indikator Menjadi Juru Bicara dan Mengembangkan Hubungan Merek	64
Tabel 18	Kategorisasi Variabel Y	66
Tabel 19	Hasil Jawaban Responden pada Variabel Z	67
Tabel 20	Kategorisasi Variabel Z	68
Tabel 21	Hasil Uji Korelasi antara Variabel X dan Y	69
Tabel 22	Korelasi Parsial antara Variabel X, Y, dan Z	70
Tabel 23	Tabel Model Summary Tingkat <i>Attractiveness</i>	72
Tabel 24	Tabel ANOVA Tingkat <i>Attractiveness</i>	73
Tabel 25	Tabel Koefisien Tingkat <i>Attrctiveness</i>	74

Tabel 26	Tabel Model Summary Tingkat <i>Trustworthiness</i>	75
Tabel 27	Tabel ANOVA Tingkat <i>Trustworthiness</i>	76
Tabel 28	Tabel Koefisien Tingkat <i>Trustworthiness</i>	77
Tabel 29	Tabel Model Summary Tingkat <i>Expertise</i>	78
Tabel 30	Tabel ANOVA Tingkat <i>Expertise</i>	79
Tabel 31	Tabel Koefisien Tingkat <i>Expertise</i>	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model of The Response Process	15
Gambar 2 Diagram S-O-R	18
Gambar 3 Diagram Hubungan antar Variabel	24
Gambar 4 Profil Sule Sutisna	38
Gambar 5 Logo XL Axiata	42
Gambar 6 Logo Kartu AS	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran II

1. Kuisioner

Lampiran II

1. Tabel Skor Jawaban Variabel X, Y, dan Z

Lampiran III

1. Tabel Hasil Uji Validitas Variabel X, Y, dan Z
2. Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel X, Y, dan Z

Lampiran IV

1. Tabel Hasil Jawaban Responden pada Variabel X, Y, dan Z
2. Tabel Frekuensi Variabel X, Y, dan Z
3. Tabel Kategorisasi Kredibilitas Endorser Berdasarkan Indikator
4. Tabel Kategorisasi Variabel Kredibilitas Endorser
5. Tabel Kategorisasi Loyalitas Konsumen Berdasarkan Indikator
6. Tabel Kategorisasi Variabel Loyalitas Konsumen
7. Tabel Kategorisasi Variabel Peran Kelompok Referensi

Lampiran V

1. Tabel Hasil Uji Korelasi antara Variabel X dan Y
2. Tabel Korelasi Parsial antara Variabel X, Y, dan Z
3. Tabel Hasil Uji Regresi Variabel X Tingkat *Attractiveness*
4. Tabel Hasil Uji Regresi Variabel X Tingkat *Trustworthiness*
5. Tabel Hasil Uji Regresi Variabel X Tingkat *Expertise*
6. r Tabel

ABSTRAKSI

PENGARUH KREDIBILITAS ENDORSER TERHADAP TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN

(Studi eksplanatif pengaruh tingkat *attractiveness*, *trustworthiness*, dan *expertise* “Sule” dalam iklan XL dan Kartu AS terhadap tingkat loyalitas konsumen XL pada Mahasiswa Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

Persaingan bisnis yang begitu ketat mempengaruhi belanja iklan di Indonesia, terutama televisi. Ketatnya kompetisi bisnis membuat para pelaku usaha untuk menerapkan cara-cara pemasaran yang kreatif melalui sebuah iklan, salah satunya adalah dengan menggunakan *endorser*. Penggunaan *endorser* diharapkan dapat mendongkrak penjualan produk, apalagi *endorser* yang digunakan adalah selebriti yang sedang naik daun, karena penggunaan selebriti sebagai *endorser* akan mendapatkan perhatian lebih besar dan lebih mudah diingat.

Perusahaan telekomunikasi merupakan salah satu bisnis yang begitu ketat persaingannya. Fenomena perang tarif murah oleh operator seluler yang kian gencar ini dilatarbelakangi oleh tumbuh pesatnya pengguna ponsel di Indonesia. Seperti halnya pada provider XL dan Kartu AS. Produk operator selular yang saling berkompetisi ini bersaing mempromosikan produknya yang lebih murah, hingga persaingannya menjadi kontroversi yang disebabkan oleh *endorser* yang digunakan yaitu “Sule”, seorang selebriti yang pernah menjadi *endorser* XL dan kemudian beralih menjadi *endorser* Kartu AS.

Untuk melihat pengaruh kredibilitas Sule sebagai *endorser* terhadap tingkat loyalitas konsumen XL maka kredibilitas *endorser* diukur berdasarkan indikator *attractiveness*, *trustworthiness*, dan *expertise*. Indikator dalam tingkat loyalitas konsumen juga perlu diukur untuk melihat sejauh mana konsumen XL loyal pada produk yang digunakannya. Selain itu, variabel kontrol juga digunakan untuk melihat adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen, yaitu peran kelompok referensi, di mana kelompok referensi merupakan kelompok yang dapat memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang (Kotler, 1994:234). Pengukuran ini menggunakan metode kuantitatif, dengan kuisioner sebagai alat ukurnya.

Berdasarkan hasil survey terhadap 82 mahasiswa komunikasi UAJY yang lolos kriteria sampel, didapatkan beberapa hasil mengenai pengaruh kredibilitas “Sule” sebagai *endorser* terhadap tingkat loyalitas konsumen XL. Sebanyak 61 % responden mengkategorikan Sule memiliki kredibilitas yang sedang. Hasil yang lain adalah bahwa sebanyak 78 % responden memiliki tingkat loyalitas sedang dan sebanyak 47,6 % responden menganggap peran kelompok referensi memiliki pengaruh pada kategori sedang. Hasil uji pengaruh menunjukkan bahwa

kredibilitas Sule sebagai seorang *endorser* dan peran kelompok referensi tidak mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen XL.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah bahwa kredibilitas Sule sebagai *endorser* tidak mempengaruhi loyalitas konsumen XL untuk ikut beralih merek. Selain itu, kelompok referensi juga tidak memiliki peran dalam memberikan pengaruh terhadap konsumen XL untuk loyal pada merek yang digunakan. Namun, ada kemungkinan variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini yang mampu memberikan pengaruh kepada konsumen sehingga memiliki loyalitas yang cukup tinggi dalam menggunakan merek, seperti misalnya karakteristik produk yang merupakan aspek yang dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih dan menggunakan produk.

Kata kunci : kredibilitas *endorser*, loyalitas konsumen

