

**PENGARUH DAYA TARIK, KREDIBILITAS, DAN
KESESUAIAN ANTARA *CELEBRITY* DAN *ATHLETE*
ENDORSER DENGAN PRODUK YANG DIMODELKAN
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi
(S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Yoze Revela

11 03 18948

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2015

SKRIPSI

**PENGARUH DAYA TARIK, KREDIBILITAS, DAN
KESESUAIAN ANTARA *CELEBRITY* DAN *ATHLETE*
ENDORSER DENGAN PRODUK YANG DIMODELKAN
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN**

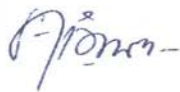
Disusun oleh:

Yoze Revela

NPM: 11 03 18948

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Dr. J. Ellyawati, MM.

14 September 2015

SKRIPSI

**PENGARUH DAYA TARIK, KREDIBILITAS, DAN KESESUAIAN ANTARA
CELEBRITY DAN ATHLETE ENDORSER DENGAN PRODUK YANG
DIMODELKAN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Yoze Revela

NPM: 11 03 18948

**Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
Pada tanggal 16 Oktober 2015
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
(S1) Program Studi Manajemen**

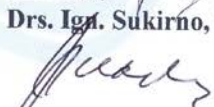
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Dr. J. Ellyawati, MM.

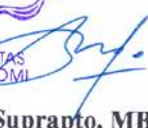
Anggota Panitia Penguji


Drs. Ign. Sukirno, MS


Drs. P. Didit Krisnadewara, MM

Yogyakarta, 19 Oktober 2015
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta




Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

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

**PENGARUH DAYA TARIK, KREDIBILITAS, DAN KESESUAIAN ANTARA
CELEBRITY DAN *ATHLETE ENDORSER* DENGAN PRODUK YANG
DIMODELKAN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN**

benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide-ide, maupun kutipan, baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam karya tulis ini dalam bentuk catatan dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruh karya tulis ini, maka saya bersedia melepaskan keputusan dan gelar yang saya peroleh dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 12 September 2015

Yang menyatakan



Yoze Revela

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

You'll Never Walk Alone

(Dipopulerkan Oleh: *Gerry & The Pacemakers*)

When you walk through a storm
Hold your head up high
And don't be afraid at the dark
At the end of a storm
There is a golden sky
And the sweet silver song of a lark

REFRAIN

Walk on through the wind
Walk on through the rain
Though your dreams be tossed
And blown
Walk on, walk on
With hope in your heart
And you'll never walk alone
You'll never walk alone
Walk on, walk on
With hope in your heart
And you'll never walk alone
You'll never walk alone

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

Tuhan Yesus

Alm. Opa Untung Wiyono terkasih

Papi & Mami tercinta

Saudara & Sahabatku tersayang

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SI) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung, tugas akhir ini tidak akan terselesaikan. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu menguatkan dalam menempuh studi S1 serta memampukan penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi.
2. Papi dan Mami yang selalu memberikan doa, semangat, serta dukungan materi maupun moral untuk keberhasilan penulis.
3. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM. selaku dosen pembimbing yang selama ini dengan penuh kasih dan kesabaran telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, koreksi, serta masukan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
4. Rektor beserta Dekan, Segenap Dosen dan karyawan bagian akademik, tata usaha, bagian pengajaran, unit perpustakaan Universitas Atma Jaya

Yogyakarta yang telah memberikan pelayanan tulus kepada penulis dalam menempuh studi.

5. Temanku, Mas Hengki dan Mbak Clara yang banyak membantu penulis dalam menyusun skripsi.
6. Sahabat-sahabatku, Bang Antoni, Dedy, Yuko, Bang Mario alias Bapak Kos, Ivan, Roy, Bambang, Nessy, Johan dan seluruh sahabatku yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya, yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.

Semoga Tuhan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi terciptanya kesempurnaan skripsi ini agar dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 12 September 2015

Penulis,

Yoze Revela

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3.Tujuan Penelitian	3
1.4.Manfaat Penulisan.....	4
1.4.1. Manfaat Praktis.....	4
1.4.2. Manfaat Teoritis.....	4
1.5. Batasan Penelitian.....	4
1.6.Definisi Operasional.....	5
BAB II KAJIAN TEORI.....	7
2.1.Teori yang Berkaitan dengan Penelitian.....	7
2.2.Studi Terdahulu.....	8
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	14
2.3.1. Pengaruh Daya Tarik <i>Endorser</i> terhadap Perilaku Pembelian Konsumen.....	14
2.3.2. Pengaruh Kredibilitas <i>Endorser</i> terhadap Perilaku Pembelian Konsumen.....	17
2.3.3. Pengaruh Kesesuaian antara <i>Endorser</i> dengan Produk yang Dimodelkan terhadap Perilaku Pembelian Konsumen.....	19
2.4.Model Kerangka Penelitian.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1. Data dan Sumber Data.....	21
3.2. Metode Penghimpunan Data.....	21
3.3. Subjek dan Objek Penelitian.....	22

3.4. Uji Instrumen Penelitian.....	23
3.4.1. Uji Validitas.....	23
3.4.2. Uji Reliabilitas.....	23
3.5. Metode Analisis.....	24
BAB IV ANALISIS DATA.....	26
4.1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	26
4.2. Analisis Regresi.....	30
4.2.1. Pengaruh Daya Tarik <i>Celebrity</i> dan <i>Athlete Endorser</i> Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen	31
4.2.2. Pengaruh Kredibilitas <i>Celebrity</i> dan <i>Athlete Endorser</i> Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen.....	33
4.2.3. Pengaruh Kredibilitas <i>Celebrity</i> dan <i>Athlete Endorser</i> Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen	35
4.3. Perbedaan Penilaian Konsumen Terhadap Daya Tarik,Kredibilitas, Kesesuaian Endorser dan Perilaku Pembelian Konsumen antara Iklan yang Menggunakan Endorser Selebritis dan Endorser Atlet.....	37
4.3.1. Daya Tarik.....	38
4.3.2. Kredibilitas (<i>Trustworthiness</i> dan <i>Expertise</i>).....	39
4.3.3. Kesesuaian Endorser dengan Produk.....	39
4.3.4. Perilaku Pembelian Konsumen.....	40
4.4. Pembahasan.....	40
4.4.1. Pengaruh Daya Tarik <i>Celebrity</i> dan <i>Athlete Endorser</i> terhadap Perilaku Pembelian Konsumen.....	41
4.4.2. Pengaruh Kredibilitas <i>Celebrity</i> dan <i>Athlete Endorser</i> terhadap Perilaku Pembelian Konsumen.....	41
4.4.3. Pengaruh Kesesuaian <i>Celebrity</i> dan <i>Athlete Endorser</i> dengan Produk yang Dimodelkan terhadap Perilaku Pembelian Konsumen.....	42
4.4.4. Perbedaan Penilaian Konsumen terhadap Daya Tarik, Kredibilitas, Kesesuaian dan Perilaku Pembelian Konsumen antara Iklan yang Menggunakan Endorser Selebritis dan Endorser Atlet.....	43
BAB V PENUTUP.....	44
5.1. Kesimpulan.....	44
5.2. Implikasi Manajerial.....	46
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48

DAFTAR TABEL

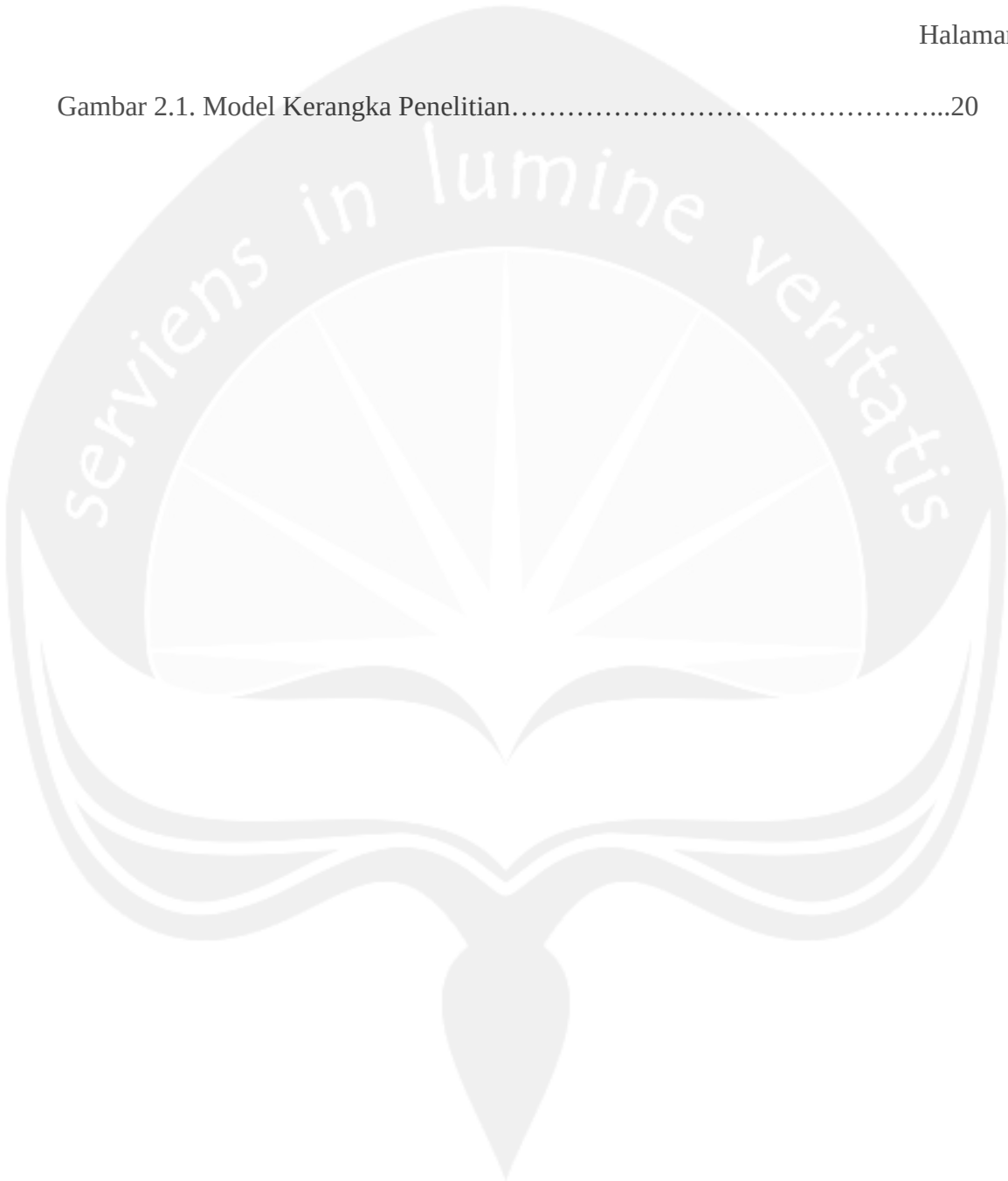
Halaman

Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu Mengenai Kredibilitas, Kesesuaian Endorser, dan Minat Beli Konsumen.....	9
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas pada Model Iklan Artis (Aliando Syarief dan Cinta Laura).....	28
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas pada Model Iklan Atlet (Bambang Pamungkas).....	29
Tabel 4.3. Pengaruh Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen	31
Tabel 4.4. Pengaruh Daya Tarik <i>Athlete Endorser</i> Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen.....	32
Tabel 4.5. Pengaruh Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen.....	33
Tabel 4.6. Pengaruh Kredibilitas <i>Athlete Endorser</i> Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen.....	34
Tabel 4.7. Pengaruh Kesesuaian <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen.....	35
Tabel 4.8. Pengaruh Kesesuaian <i>Athlete Endorser</i> Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen.....	36
Tabel 4.9. Penilaian Konsumen Terhadap Daya Tarik, Kredibilitas, Kesesuaian dan Perilaku Pembelian Konsumen antara Iklan yang Menggunakan Endorser Selebritis dan Endorser Atlet.....	38

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Model Kerangka Penelitian.....	20
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Validitas dan Reliabilitas (Selebritis)
Lampiran III	Validitas dan Reliabilitas (Atlet)
Lampiran IV	Analisis Regresi (Selebritis)
Lampiran V	Analisis Regresi (Atlet)
Lampiran VI	Hasil Uji Beda
Lampiran VII	Tabel Distribusi R
Lampiran VIII	Data Jawaban Responden

**PENGARUH DAYA TARIK, KREDIBILITAS, DAN KESESUAIAN ANTARA
CELEBRITY DAN ATHLETE ENDORSER DENGAN PRODUK YANG
DIMODELKAN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN**

Disusun oleh:
Yoze Revela
NPM: 11 03 18948

Pembimbing
Dr. J. Ellyawati, MM.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membandingkan pengaruh daya tarik, kredibilitas dan kesesuaian antara selebritis dan atlet pendukung dengan produk yang dimodelkan terhadap perilaku pembelian konsumen. Subjek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Sedangkan objek penelitian adalah Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuisioner pada 260 responden. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier sederhana dan uji beda dengan bantuan program *SPSS* versi 16.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik, kredibilitas dan kesesuaian antara selebritis dan atlet pendukung dengan produk yang dimodelkan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian konsumen. Selain itu, endorser atlet dianggap lebih kredibel dan sesuai untuk dijadikan endorser produk minuman berenergi.

Kata kunci: Daya Tarik, Kredibilitas, Kesesuaian, Perilaku Pembelian Konsumen.