

**PENGARUH PENGGUNAAN MULTIPLE CELEBRITY ENDORSERS  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

**SKRIPSI**



oleh

Nama : Naria Noerhana  
Nomor Mahasiswa : 01311178  
Program Studi : Manajemen  
Bidang konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA**

2005

**PENGARUH PENGGUNAAN MULTIPLE CELEBRITY ENDORSERS  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

**SKRIPSI**

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna  
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



oleh

Nama : Naria Noerhana  
Nomor Mahasiswa : 01311178  
Program Studi : Manajemen  
Bidang konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA**

**2005**

## **PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME**

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Juni 2005

Penulis,

Naria Noerhana

**PENGARUH PENGGUNAAN MULTIPLE CELEBERTY ENDORSERS TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN**

**Nama** : Naria Noerbana  
**Nomor Mahasiswa** : 01311178  
**Program Studi** : Manajemen  
**Bidang konsentrasi** : Pemasaran

**Yogyakarta, 9 Mei 2005**

**Telah disetujui dan disahkan oleh  
Dosen Pembimbing,**

  
**Drs. Yazid, MM**

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

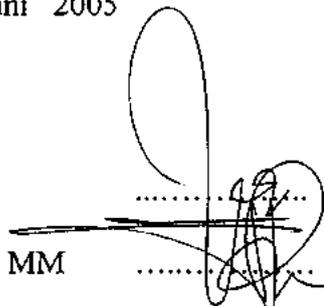
**PENGARUH PENGGUNAAN MULTIPLE CELEBERTY ENDORSERS TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN**

**Disusun Oleh: NARIA NOERHANA**  
**Nomor mahasiswa: 01311178**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**  
Pada tanggal : 15 Juni 2005

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Yazid, MM

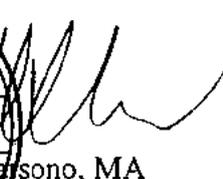
Penguji : Drs. Agus Abdurrahman, MM



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Drs. Suwasono, MA



## MOTTO

*"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap."*

*(Surat Al-Baqarah ayat 153)*

*"Tidak ada sahabat yang lebih baik dari menjaga lidah, tidak ada pakaian yang lebih baik dari pada taqwa. Tidak ada amal baik yang lebih baik dari memberi nasehat baik. Aku mencari segala bentuk rizki, tapi tidak menemukan rizki yang lebih baik dari pada sabar."*

*(Khalifah Umar)*

*"Semuliam mulianya manusia ialah siapa yang mempunyai adab, merendahkan diri ketika berkedudukan tinggi, memaafkan ketika berdaya membalas dan bersikap adil ketika kuat."*

*(Khalifah Abdul Malik Bin Marwan)*

## **PERSEMBAHAN**

*Dengan sanjung dan madah tanpa batas, aku persembahkan :*

*Kepada bapak dan ibuku yang senantiasa membuatku beruntung  
menghirup nafas dunia*

*Kepada adik mungilku Dian yang sedang bersiap merangkai  
kisah hidupnya*

*Kepada mas Galih yang teramat dalam memaknai tiap jeda  
langkahku dan berjuta warna cinta yang sungguh berarti dan tak  
terlupa, sebagai indah meski usai sudah*

## ABSTRAKSI

Naria Noerhana (2005) **“Pengaruh Penggunaan Multiple Celebrity Endorsers Terhadap Minat Beli Konsumen”** Yogyakarta: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Periklanan saat ini merupakan factor penentu yang sangat esensial dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Oleh karena itu diperlukan perhatian yang lebih dari perusahaan yang ingin mengiklankan produknya. Saat ini banyak perusahaan menggunakan selebriti untuk meningkatkan keefektifan iklannya. Para pemasang iklan percaya bahwa dengan menggunakan selebriti maka dapat membuat konsumen menjadi lebih tertarik terhadap iklan produk dan selanjutnya terhadap apa yang diharapkan oleh iklan produk tersebut. Terdapat juga beberapa penelitian yang menekankan bahwa selebriti memiliki peran penting dalam meningkatkan keinginan konsumen terhadap pembelian produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan Komeng dan kawan-kawan sebagai endoser dalam iklan motor Yamaha Yupiter terhadap minat membeli oleh konsumen serta untuk mengetahui diantara variable *attractiveness*, *trustworthiness* dan *expertise*, variable manakah yang paling dominant pengaruhnya terhadap minat membeli konsumen terhadap produk motor Yamaha Yupiter.

Data primer dalam penelitian ini diambil dari sebuah kuisisioner yang diisi oleh 100 responden yang tinggal di daerah Kodya Yogyakarta. Para responden mengevaluasi *attractiveness*, *trustworthiness* dan *expertise* dari Komeng dan kawan-kawan dalam iklan tersebut. Semua data primer dianalisis dengan menggunakan regresi berganda untuk mengetahui pengaruh dari variable-variabel tersebut terhadap minat membeli.

Dari hasil penelitian ini, terbukti bahwa variable *attractiveness*, *trustworthiness* dan *expertise* secara simultan mempengaruhi minat membeli produk motor Yamaha Yupiter. Sedangkan secara parsial hanya variable *attractiveness* yang mempengaruhi minat membeli konsumen secara signifikan, sedangkan variable *trustworthiness* dan *expertise* mempengaruhi minat membeli konsumen tetapi tidak signifikan.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji beserta syukur yang tak terbatas kehadirat Illahi Rabbi Sang Maha Khalik atas anugerah yang berlimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar kesarjanaan jenjang Strata satu (S1) Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Adapun pembahasan skripsi ini mengenai **“Pengaruh Penggunaa Multiple Celebrity Endorsers Terhadap Minat Beli Konsumen”**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak yang semuanya ini mempunyai arti yang sangat besar dan bermanfaat dalam proses penyusunannya, untuk itu dengan segenap keikhlasan jiwa dan kerendahan jiwa dan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Drs H Suwarsono, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
2. Dra Nur Fauziah, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

3. Drs Yazid, MM selaku Dosen Pembimbing yang berkenan memberikan bimbingan dan nasehat-nasehat sehingga skripsi ini dapat selesai.
4. Dosen dan karyawan Universitas Islam Indonesia yang telah membantu kelancaran dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak, Ibu dan adik tercinta atas kasih dan pengorbanan yang tak terbatas dan tak terbalas
6. Engkau “Lukisan Hati” yang senantiasa menorehkan warna cinta dalam sukma walau kini tak lagi menyapa
7. My lovely sister “Feminantri” atas kesabaran dalam semua pertanyaanku dan keikhlasan dalam semua dukungan
8. Sahabat-sahabat terbaik yang tak pernah bosan akan keluhku
9. Seluruh keluarga besar yang senantiasa mendukung dan mendoakan
10. Semua pihak yang telah membantu baik materiil maupun spirituil dalam penulisan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kearifan dan kebijakan semua pihak untuk dapat memberikan kritik serta saran yang dapat menunjang perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata semoga amal baik dan berbagai bentuk bantuan dari semua pihak yang diberikan kepada penulis akan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Selaksa pengharapan dari penulis, semoga keaslian skripsi ini dapat terjaga dan bermanfaat bagi kita semua

Yogyakarta, Juni 2005

Penulis,

Naria Noerhana

## *Ucapan Terimakasih*

- ♥Kepada orang tuaku tercinta yang selalu berjuang untuk kebahagiaanku. Hal terindah bagiku menjadi buah hati bapak dan ibu. Aku berjanji akan selalu berusaha membuat bapak dan ibu bangga
- ♥Adik mungilku tersayang (Yuniar Dian Savitri) jangan bosan belajar ya sayang, kerana setiap menit dan detik dalam hidupmu adalah proses belajar
- ♥Mas Galih (my sayonk), I never thought I'd love someone like U, I never thought I could make it through, while U gone, my heart continuous to ache, and I wear a smile that everyone knows it's fake, I really want to know one thing... will U be my voice when I no longer sing ?
- ♥The lady in my heart (Feminantri); You're my sun rays that still shine at night, my star that still twinkle during day light, from U I have learn what I had to know, do U know that my love for U will always grow...
- ♥Ling-ling & Yasmin, adek-adekku tercinta yang sudah bersabar menghadapi segala kemanjaan mba'
- ♥Keluarga H.M.Gadillah : Om, Tante, mba Dewi, mas Raka. Mas Awal, atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang tak terbalaskan
- ♥Keluarga Sumardjono : Om, Tante, mba Puput atas segala doa dan dukungan yang tiada henti
- ♥Errorejing Girls (Ita, Erni, Nara, Eni, Ema, Deni, Adieng, Cindy) kalian teman seperjuangan yang hebat, aku belajar banyak dari kalian
- ♥Mba Lies yang udah baik banget perhatiin semua mauku dan selalu mijitin ketika aku lelah ngejalanin semuanya

- ♥The Sporty of "AE1662A" & The Beauty of "AE793A" yang sudah setia menemani kemanapun langkahku dan menjadi saksi kisah hidupku
- ♥The Naughty Boy (my PC) yang udah bikin skripsi ini tercipta walau terkadang bikin orang senewen
- ♥Seluruh keluarga besarku di Madiun, Yogyakarta, Solo, Bandung, Banyuwangi, yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas semua kasih sayangnya
- ♥Teman-teman seangkatan ( FE UII '01) yang selalu menyapa dalam senyum
- ♥Teman-teman KKN UII SL-20 ( Gossy, Yuda, Vivi, Dani, Endah , Mya, Sunai, Ersan, Yusuf, Munif, Ami, Eska ) I miss U all...
- ♥Pak Utoyo, mas Wid dan segenap staf yang turut serta membantu kelancaran studyku

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan Skripsi .....	i
Halaman Judul Skripsi .....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi .....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Abstraksi.....	viii
Kata Pengantar .....	ix
Ucapan Terima Kasih.....	xii
Daftar Isi.....	xiv
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Lampiran .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2.2 Promosi.....	17
2.2.3 Periklanan.....	19
2.2.4 Dukungan Selebriti Dalam Iklan.....	23

2.2.5 Multiple Celebrity Endorsment.....	25
2.2.6 Sikap.....	26
2.2.7 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	27
2.3 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
BAB IV ANALISIS DATA	
4.1 Analisis Kualitatif .....	41
4.1.1 Karakteristik Responden .....	41
4.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Multiple Celebrity Endorsement Pada Iklan Motor amaha Yupiter .....	46
4.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Minat Membeli Motor Yamaha Yupiter Oleh Konsumen .....	53
4.1.4 Evaluasi Konsumen.....	54
4.2 Analisis Kuantitatif .....	55
4.2.1 Analisis Regresi Berganda .....	56
4.3 Uji Hipotesis.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	64

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Kelompok Responden Menurut Usia .....	42
Tabel 4.2 Kelompok Responden Menurut Taraf Pendidikan.....	43
Tabel 4.3 Kelompok Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	44
Tabel 4.4 Kelompok Responden Menurut Tingkat Penghasilan.....	45
Tabel 4.5 Tanggapan Terhadap Variabel Attractiveness Pada Iklan Motor Yamaha Jupiter .....	47
Tabel 4.6 Tanggapan Terhadap Variabel Trustworthiness Pada Iklan Motor Yamaha Jupiter .....	49
Tabel 4.7 Tanggapan Terhadap Variabel Expertise Pada Iklan Motor Yamaha Jupiter .....	51
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Minat Membeli Motor Yamaha Jupiter Oleh Konsumen .....	53
Table 4.9 Evaluasi Konsumen Terhadap Iklan Motor Yamaha Jupiter .....	54
Tabel 4.10 Hasil Regresi antara Minat Dengan Attractiveness Trustworthiness dan Rxpertise .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 . Daftar Pertanyaan Untuk Responden Iklan Motor Yamaha Yupiter .....	68
Lampiran 2. Data Jawaban Responden Berdasarkan Kuesioner .....	74
Lampiran 3 Hasil Analisis Regresi Berganda Pengaruh Penggunaan Multiple Celebrity Endorsers Terhadap Niat Membeli Konsumen.....	77