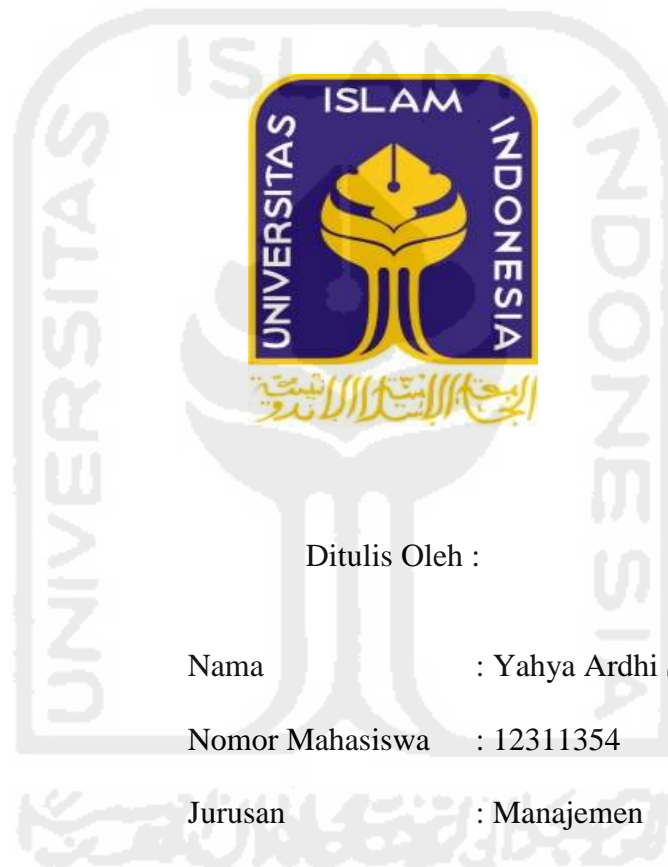


PENGARUH KREDIBILITAS ENDORSER RAISA TERHADAP MINAT BELI

KONSUMEN PADA IKLAN POND'S WHITE BEAUTY

(Studi Kasus Pada Mahasiswi FE UII)

SKRIPSI



Ditulis Oleh :

Nama : Yahya Ardhi Saputra

Nomor Mahasiswa : 12311354

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2016

PENGARUH KREDIBILITAS ENDORSER RAISA TERHADAP MINAT BELI

KONSUMEN PADA IKLAN POND'S WHITE BEAUTY

(Studi Kasus Pada Mahasiswi FE UII)

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Ditulis oleh :

Nama : Yahya Ardhi Saputra

Nomor Mahasiswa : 12311354

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2016

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 , Februari 2016

Penulis



(Yahya Ardhi Saputra)

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KREDIBILITAS ENDORSER RAISA TERHADAP MINAT BELI

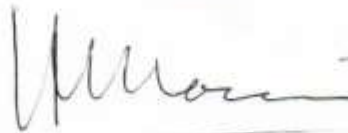
KONSUMEN PADA IKLAN POND'S WHITE BEAUTY

Nama : Yahya Ardhi Saputra
No. Mahasiswa : 12311354
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, Februari 2016

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Drs. Al Hasin, MBA.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH KREDIBILITAS ENDORSER RAISA TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA IKLAN POND'S WHITE BEAUTY**

Disusun Oleh : **YAHYA ARDHI SAPUTRA**

Nomor Mahasiswa : **12311354**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 16 Maret 2016

Penguji/ Pembimbing Skripsi : **Al Hasin, Drs., MBA.**

Penguji : **Sri Hardjanti, Dra., MM.**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

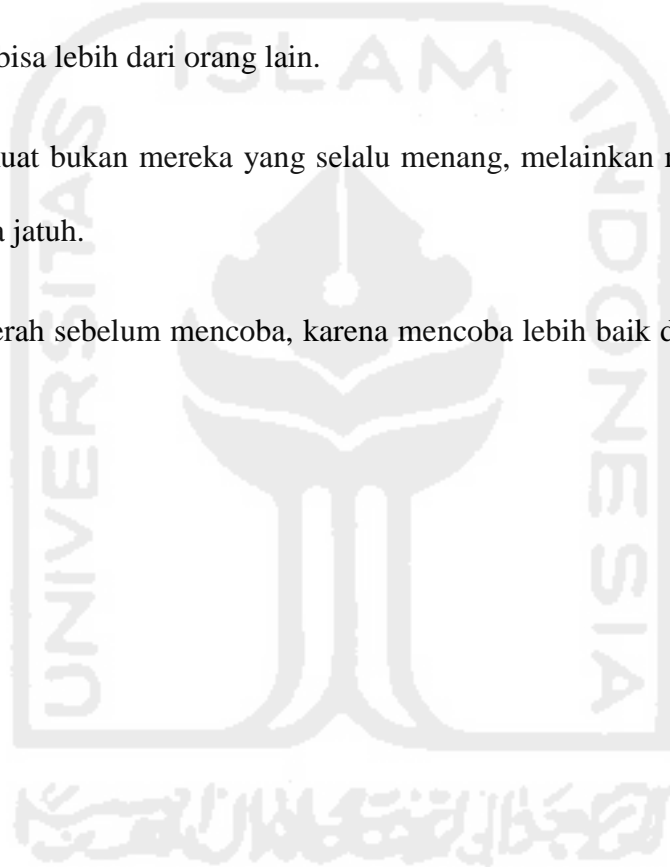


Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

Man
.....
Dimori
.....

MOTTO

- Jadikanlah ilmu berguna bagi diri sendiri dan orang lain.
- Hadapi semua tantangan dengan senyuman.
- Jangan merubah diri sendiri menjadi orang lain, karena diri kita sendiri mempunyai potensi yang bisa lebih dari orang lain.
- Orang yang kuat bukan mereka yang selalu menang, melainkan mereka yang tetap tegar ketika mereka jatuh.
- Jangan menyerah sebelum mencoba, karena mencoba lebih baik dari pada tidak mencoba sama sekali.



ABSTRAKSI

Di era perdagangan bebas dan globalisasi ini, persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan semakin ketat. Iklan sebagai sarana promosi dipandang sebagai sumber informasi, hiburan dan media komunikasi bisnis yang efektif dan ampuh. Salah satu faktor yang diduga berpengaruh adalah karena adanya penggunaan pembawa pesan iklan (endorser). Sesuai dengan perumusan masalah, penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kredibilitas selebriti endorser (Raisa Andriana) terhadap minat beli konsumen pada iklan Pond's White Beauty. Penelitian ini dipengaruhi oleh empat variabel, yaitu daya tarik (*attractiveness*), kepercayaan (*trustworthiness*), keahlian (*expertise*) dan juga Sikap terhadap iklan (*Attitude toward the ad*). Selanjutnya, sampel penelitian ini berjumlah 125 orang. Dalam menentukan jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10 (Ferdinand, 2006). Penulis mengambil jumlah sampel sebanyak 125 untuk meminimalisir ketidakvalidan data karena terbatasnya sampel.

Hasil analisis *Statistikal Product and Service Solutions (SPSS)* menunjukkan bahwa seluruh variabel berpengaruh positif terhadap minat beli. Tetapi Sikap terhadap iklan (*Attitude toward the ad*) mempunyai pengaruh positif paling tinggi dibanding variabel lain terhadap Minat Beli (*Purchase Intention*). Hal ini dapat diartikan, jika Sikap terhadap iklan (*Attitude toward the ad*) semakin meningkat dalam arti bahwa, jika iklan dapat dipercaya, iklan produk cukup kreatif, iklan produk cukup menarik, iklan produk cukup informatif, dan kualitas merek produk baik, maka meningkat pula Minat Beli (*Purchase Intention*).

Kata kunci : *Selebriti Endorser, Attractiveness, Trustworthiness, Expertise, Attitude Toward The Ad, and Purchase Intention*

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan petunjuk, kesehatan serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya. Dan penyusunan tugas akhir yang berupa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kredibilitas Endorser Raisa Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Iklan Pond’s White Beauty (Studi Kasus Pada Mahasiswi FE UII)”**. Penulis skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan yang harus dipenuhi untuk mencapai derajat Strata 1 pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini banyak mendapat bimbingan, dorongan, dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

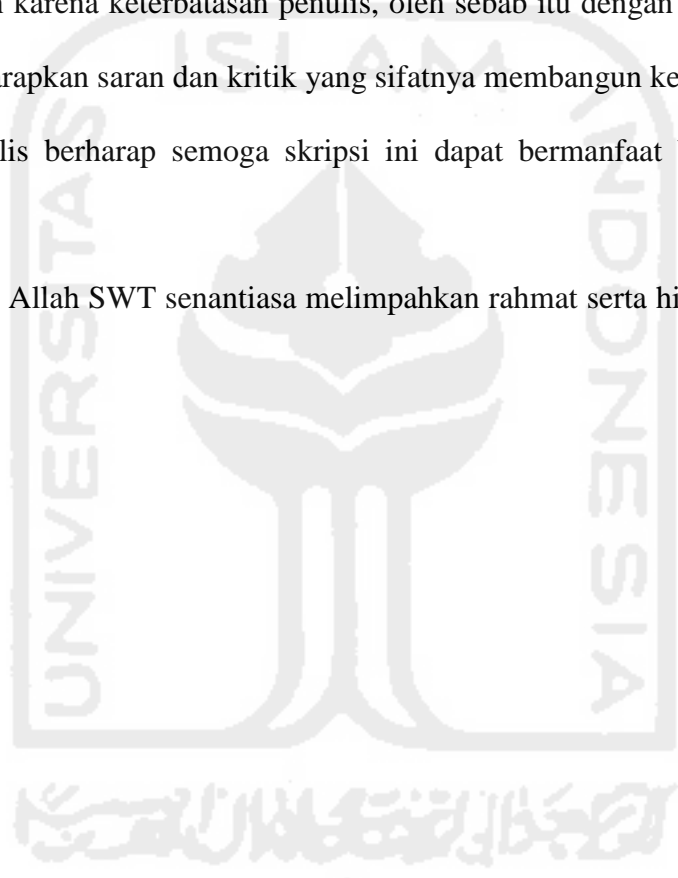
1. Kedua orang tua, Ayahanda Syaiful dan Ibunda Armiami. Terimakasih telah melahirkan, mendidik, mengajar segala hal yang baik di dunia ini. I love you so much.
2. Saudara saya bang Vevi AA Saputra yang selalu memberi motivasi, doa, dan arahan yang baik agar saya dapat segera menyelesaikan sekolah di perantauan ini.
3. Bapak Drs. Al Hasin, MBA, selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan arahan dan petunjuk selama penyusunan skripsi ini.

4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah menunaikan kewajibannya dalam menyampaikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
5. Dedek yang selalu membantu dengan cara yang unik Ninik Istiani.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan di Fakultas Ekonomi: Tito, Ryan, Zyan, Hery, Fahmi, Adit, Satrio, Ari, Taufik, Zul, Annis, Nila, Ajeng, Verina, Shafiera, Putri, Yulia, Ebi, Alfian, Mayang, Olga, Faza, Cistra, Bayu, Ihsan, dan seluruh teman-teman yang tidak mungkin saya sebut semua di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Suatu kehormatan dan Kebanggaan bisa mengenal kalian.
7. Teman-teman KKN Unit 95 Serta keluarga saya selama KKN Pak dukuh Dan Ibu, Aa', Jum, Shander, Fakhru, Ziza, Inda, Mey, dan Qoni. Banyak pelajaran yang dapat saya ambil selama bersama kalian. Kita harus selalu bertemu ya sampai kapanpun.
8. Teman SMA UII di Yogyakarta Bintoro, Catur, Gilang, Jek, Opal, Simbah, Irwan, Moseng, Imam, Tejo, Gendut, Ziki, Topik, Monang, dan seluruh teman-teman yang tidak mungkin saya sebut semua.
9. Teman di Yogyakarta Bang Iwan, Bang Angga, Bang Evi, Bang Tintus, Bang Farid, Bang Kintoko, Bang Iman, Erich, Emir, Joko, Sigit, Kepet, Atul, Hafid, Whient dan seluruh teman-teman yang tidak mungkin saya sebut semua di Yogyakarta tercinta ini. Suatu kehormatan dan Kebanggaan bisa mengenal kalian.
10. Untuk Si Biru AB2760FF yang tak pernah lelah mengantar saya demi menyelesaikan segala urusan selama ini.

11. Semua pihak yang terlibat dalam penelitian, yang namanya tak bisa disebutkan satu-persatu, penulis mengucapkan terimakasih banyak atas bantuan doa dan dukungannya selama ini.

Penulis sudah berupaya semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini. Apabila ada kekurangan karena keterbatasan penulis, oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun kesempurnaan tulisan ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada kita semua, Amin.



Yogyakarta, Februari 2016

Penulis

(Yahya Ardhi Saputra)