

PENGARUH KREDIBILITAS BINTANG IKLAN CRISTIANO RONALDO

TERHADAP NIAT BELI SHAMPO CLEAR MEN

(Survei Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Disusun oleh :

Melina Sriyanti

141100131

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

YOGYAKARTA

2015

Skripsi berjudul

**PENGARUH KREDIBILITAS BINTANG IKLAN CRISTIANO RONALDO
TERHADAP NIAT BELI SHAMPO CLEAR MEN (Survei Pada Mahasiswa
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta)**

Di susun oleh :

Melina Sriyanti

141100131

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 11 September 2015
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

/ Pembimbing Utama I

Surpiko Hapsoro Darpito, SE, M.Si.

Penguji

/ Pembimbing Utama I

Dra. AYN Warsiki, M.Si.

Penguji

Dr. Hendro Widjanarko, SE, MM.

Penguji

Drs. R. Hendri Gusaptono, MM.

Mengetahui
UPN "Veteran" Yogyakarta
Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Ketua

Hasa Nurrohim KP, SE, M.Si
NPY. 2 7011 98 0187

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH KREDIBILITAS BINTANG IKLAN CRISTIANO RONALDO TERHADAP NIAT BELI SHAMPO CLEAR MEN (Survei Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta).


Dan dimajukan untuk diuji pada hari jum'at tanggal 11 September 2015, adalah hasil skripsi.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian atau symbol yang menunjukkan sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin dari penulis aslinya.

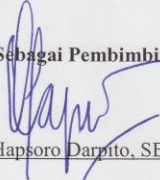
Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah pikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Yogyakarta, 11 September 2015

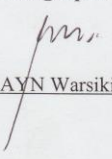
Yang memberi Pernyataan


Melina Sriyanti

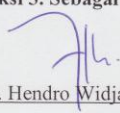
Saksi 1. Sebagai Pembimbing-I


Surpiko Hapsoro Darnito, SE, M.Si.

Saksi 2. Sebagai pembimbing II


Dra. AYN Warsiki, M.Si.

Saksi 3. Sebagai Penguji I


Dr. Hendro Widjanarko, SE, MM.

Saksi 4. Sebagai Penguji II


Drs. R. Hendri Gusaptono, MM.

MOTTO

“ SESUATU YANG BELUM DIKERJAKAN, SERING KALI TAMPAK MUSTAHIL,
KITA BARU YAKIN KALAU KITA BERHASIL MELAKUKANNYA DENGAN BAIK ”

“ ORANG – ORANG YANG SUKSES TELAH BELAJAR MEMBUAT DIRI MEREKA
MELAKUKAN HAL YANG HARUS DIKERJAKAN KETIKA HAL ITU MEMANG
HARUS DIKERJAKAN, ENTAH MEREKA MENYUKAINYA ATAU TIDAK ”

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya indahku ini untuk :

Kedua orangtuaku tercinta

Bapak dan ibu, Suriansyah, SE & Nugriani Suharyanti...

dengan bangga kupersembahkan karya ini untukmu, bagiku banyak pengorbanan yang telah kau lakukan. Harapan kalianlah yang kelak akan mengiringku menuju keberhasilan. Terima kasih untuk menjadi orangtua terhebat bagiku.

Suami, dan Anaku tersayang

Aris Achdiat, ST & Muhammad Arif Rachman Pratama Achdiat...

Kalianlah yang menjadi penyemangat serta pelita hidupku, jangan pernah berhenti untuk selalu menyayangi dan mencintaiku. Terima kasih untuk semuanya. Aku sayang kalian.

Dan seluruh keluarga serta teman – temanku

- 1. Kakakku, Agus Safrianto, SH. Terima kasih atas motivasi dan perhatiannya selama ini.*
- 2. Seluruh keluargaku yang telah memberikan motivasi dan dukungan, Menjadi penyemangat buat aku.*
- 3. Sahabat seperjuangan Ayu Septyaningrum, SE, Novianti, SE & Nani Pusawaty, SIP atas masukan, semangat dan dukungannya.*

KATA PENGANTAR



Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana. Penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kredibilitas Bintang Iklan Cristiano Ronaldo Terhadap Niat Beli Shampo Clear Men (Survei Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)**.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Surpiko Hapsoro Darpito, SE, M.Si selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra. AYN. Warsiki, Msi selaku dosen pembimbing II, atas bimbingan, saran dan pengarahannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Hendro Widjanarko, SE, MM selaku dosen penguji I yang telah memberikan kritik dan saran dalam memperbaiki skripsi ini.
4. Bapak Drs. R. Hendri Gusaptono, MM selaku dosen penguji II yang telah memberikan kritik dan saran dalam memperbaiki skripsi ini.

Akhir kata, diharapkan semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, terima kasih.

Yogyakarta, 11 September 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori Teori.....	7
1. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	7
2. Kredibilitas Bintang Iklan	8
3. Kriteria <i>Celebrity Endorser</i>	9
4. Keuntungan dan Resiko Menggunakan Celebrity Sebagai Endorser	11
5. Dimensi-dimensi Kredibilitas Bintang Iklan	13
6. Niat Beli	17

B. Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Pemikiran	19
D. Hipotesis Penelitian	19
1. Pengaruh Daya Tarik Terhadap Niat Beli Konsumen.....	19
2. Pengaruh Keahlian Terhadap Niat Beli Konsumen	21
3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli Konsumen.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Lokasi Penelitian.....	25
C. Populasi	25
D. Sampel.....	26
E. Teknik Penarikan Sampel	26
F. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
G. Sumber Data.....	28
H. Teknik Pengumpulan Data.....	28
I. Skala Pengukuran.....	28
J. Variabel Penelitian	30
K. Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel.....	30
1. Kredibilitas <i>Endorser</i>	30
2. Niat Beli Konsumen.....	31
L. Uji Instrumen Penelitian	33
1. Uji Validitas	33
2. Uji reliabilitas.....	35
M. Analisis Data.....	36
1. Analisis Deskriptif	36

2. Regresi Berganda	36
3. Uji f (simultan)	37
4. Uji t (parsial).....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Analisis Deskriptif	40
1. Karakteristik Responden	41
2. Karakteristik Responden Berdasarkan yang Melihat Iklan Shampo Clear Men.....	41
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	42
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
B. Deskripsi Penilaian Responden terhadap Variabel Penelitian	44
1. Variabel Daya Tarik (X_1)	44
2. Variabel Keahlian (X_2).....	45
3. Variabel Kepercayaan (X_3)	46
4. Niat Beli (Y).....	48
C. Analisis Regresi	49
D. Uji f (simultan)	51
E. Uji t (parsial)	52
F. Analisis Koefisien Determinasi Ganda	55
G. Pembahasan	55
1. Pengaruh Variabel Daya Tarik (X_1) Terhadap Niat Beli Konsumen (Y)	55
2. Pengaruh Variabel Keahlian (X_2) Terhadap Niat Beli Konsumen (Y).....	57
3. Pengaruh Variabel Kepercayaan (X_3) Terhadap Niat Beli	

Konsumen (Y).....	58
BAB V KESIMPULAN	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61
Daftar Pustaka.....	63
Lampiran	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas	34
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4.1 Responden Yang Melihat Iklan Shampo Clear Men	42
Tabel 4.2 Fakultas Responden	43
Tabel 4.3 Usia Responden	44
Tabel 4.4 Hasil Analisis Terhadap Variabel Daya tarik	46
Tabel 4.5 Hasil Analisis Terhadap Variabel Keahlian.....	47
Tabel 4.6 Hasil Analisis Terhadap Variabel Kepercayaan	48
Tabel 4.7 Hasil Analisis Terhadap Niat Beli	49
Tabel 4.8 Hasil Regresi Berganda	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	19
Kerangka Pemikiran	19

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian.....	64
Lampiran 2 Rekapitulasi Karakteristik Responden	69
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Penelitian	72
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	75
Lampiran 5 Hasil Olah Data	79

**PENGARUH KREDIBILITAS BINTANG IKLAN CRISTIANO RONALDO
TERHADAP NIAT BELI SHAMPO CLEAR MEN
(Survei Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)**

ABSTRAK

Melina Sriyanti

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Email : pratama_achdiat@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel daya tarik, keahlian, dan kepercayaan pada kredibilitas bintang iklan terhadap niat beli Shampo Clear Men

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa laki - laki Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Sampel pada penelitian ini 97 mahasiswa laki - laki Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Yang dipilih dengan metode *purposive sampling*. Variabel independen dari penelitian ini adalah daya tarik, keahlian, dan kepercayaan pada kredibilitas bintang iklan sedangkan variabel dependent adalah niat beli. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara daya tarik terhadap niat beli shampo Clear Men, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keahlian terhadap niat beli shampo Clear Men, dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap niat beli shampo Clear Men.

Kata kunci : Kredibilitas bintang Iklan dan niat beli