

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER, BRAND ASSOCIATION, BRAND PERSONALITY, DAN PRODUCT CHARACTERISTICS* TERHADAP NIAT PEMBELIAN

(Studi Pada Iklan Shampo Clear di Sleman, DIY)

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Prasyarat Kurikulum Pada Fakultas Ekonomi

Jurusan Manajemen

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

IKSAN AFANDI

141070288

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

YOGYAKARTA

2012

i

Skripsi Berjudul

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER, BRAND ASSOCIATION, BRAND PERSONALITY*, DAN *PRODUCT CHARACTERISTICS* TERHADAP NIAT PEMBELIAN
(Studi Pada Iklan Shampo Clear di Sleman, DIY)**

Disusun Oleh:

IKSAN AFANDI
No.Mhs : 141070288

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 juni 2012
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.**

**Ketua penguji
/ Pembimbing Utama I**

Drs. Hadi Utomo, MM

Penguji

/ Pembimbing Utama II

Titik Kusmantini, SE., M.Si

Dewan Penguji I

Dra. Wisnalmawati, MM

Dewan Penguji II

Shinta Heru Satoto, SE., M.Si

**Mengetahui;
UPN “veteran” Yogyakarta
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen
Ketua**

Dr. Heru Tri Sutiono, M.Si
Nip. 19640105 199003 1 004

MOTO

Seseorang yang keluar dari rumahnya untuk menuntut ilmu niscaya Allah akan memudahkan baginya jalan menuju Syurga (H.R Shahih Al jami)

Sesungguhnya dibalik kesulitan ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari kesulitan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain dan hanya kepada Tuhanmu lah kamu berharap.(QS. AL-Insyirah 6-8)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ibu dan Bapakku yang selalu berdo'a untuk keberhasilanku.
2. Kaka-kakakku yang selalu memberikan dorongan moril dan materiil.
3. Adik-adiku yang nakal-nakal tapi selalu memberikan motivasi untukku.
4. Teman dan sahabat yang selalu memberiku semangat.
5. Almamaterku Tercinta UPN "Veteran" Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum. Wr. Wr

Puji dan syukur saya ucapkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunianya, skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Assosiation, Brand Personality, dan Product Characteristics Terhadap Niat Pembelian*” (Studi Pada Iklan Produk Shampoo Clear di Sleman, DIY)** dapat diselesaikan sebagai salah satu tahapan dalam penulisan Skripsi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Baik berupa bimbingan, pengarahan, nasehat, dan pemikiran. Oleh karna itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Hadi Utomo, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu, membimbing dan mengarahkan kepada penulis sehingga terselesaikan skripsi ini.
2. Ibu Titik Kusmantini, S.E., MSi., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu, membimbing dan mengarahkan kepada penulis sehingga terselesaikan skripsi ini.
3. Seluruh civitas jajaran akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
4. Kedua orang tuaku, dan kakak-kakakku yang selalu memberikan nasihat-nasihat, semangat, dan dorongan sehingga sekripsi ini bias selesai.

5. Semua pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bias penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga Allah memberikan balasan atas kebaikan dan bantuan yang telah diberikan secara ikhlas.

Akhir kata, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya seandainya ada kekurangan dan kekeliruan yang telah penulis perbuat, baik secara disengaja maupun tidak disengaja selama ini. Segala kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca karya tulis ini sangat penulis harapkan. Semoga hasil karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang memerlukannya.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Yogyakarta, Juni 2012

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	9
A. Landasan Teori	9
1. Komunikasi Pemasaran	9
2. Periklanan	11
3. <i>Celebrity Endorser</i>	13

4. <i>Brand Association</i>	16
5. <i>Brand Personality</i>	21
7. <i>Product Characteristics</i>	22
8. Niat Pembelian	25
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Konseptual	28
D. Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Rancangan Penelitian	30
B. Populasi dan Sampel	30
C. Metode Pengambilan Data	32
D. Variabel Penelitian	32
1. Klasifikasi Variabel	32
2. Devinisi Operasional Variabel	33
3. Pengukuran Variabel	35
E. Uji Validitas dan Uji Reabilitas	36
F. Metode dan Tehnik Analisis Data	39
G. Pengujian Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Analisis Deskriptif	43
1. Karakteristik Responden.....	43
2. Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian	47
B. Analisis Kuantitatif	53
1. Analisis Regresi Linear Berganda	53

2. Uji Hipotesis	55
C. Pembahasan	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 3.2	Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menonton Televisi...	47
Tabel 4.6	Persepsi Responden terhadap Bintang Iklan.....	48
Tabel 4.7	Persepsi Responden terhadap Asosiasi Merek.....	49
Tabel 4.8	Persepsi Responden terhadap Kepribadian Merek.....	50
Tabel 4.9	Persepsi Responden terhadap Karakteristik Produk.....	51
Tabel 4.10	Persepsi Responden terhadap Niat Pembelian.....	52
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4.12	Hasil Analisis Secara Parsial.....	55

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran..... 28

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Rekapitulasi Data 30 Responden

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Rekapitulasi data 100 Responden

Lampiran 5 Distribusi Frekuensi

Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

ABSTRAKSI

Ketatnya persaingan bisnis antar perusahaan membuat perusahaan yang ingin tetap berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus bisa bersaing dengan para kompetitornya. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan promosi. Promosi dilakukan dengan media periklanan yang menggunakan *celebrity endorser* untuk mendukung kampanye iklan melalui media elektronik. Dengan menggunakan banyak selebriti sebagai *celebrity endorser*, diharapkan dapat membangun *brand association* sehingga membuat konsumen selalu mengingat merek Clear kapanpun dan dimanapun. *Asosiasi* merek yang dibentuk melalui *brand personality* dari produk Clear sebagai produk shampoo anti ketombe yang inspiratif sehingga diharapkan dapat mempengaruhi minat beli konsumen dan membangun kesamaan produk dengan diri konsumen.

Apakah *celebrity endorser*, *brand association*, *brand personality*, *product characteristics* berpengaruh secara signifikan terhadap niat pembelian konsumen?

Obyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melihat iklan shampoo Clear. Teknik penentuan sampelnya menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan yaitu konsumen yang melihat iklan shampoo Clear dan menggunakan shampoo Clear

Celebrity endorser mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap niat pembelian konsumen pengguna shampoo Clear. Sedangkan *brand association*, *brand personality*, dan *product characteristics* mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat pembelian konsumen pengguna shampoo Clear.

Keyword : *celebrity endorser*, *brand association*, *brand personality*, *product characteristics*, niat pembelian.