

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT PADA NIAT BELI
(STUDI PADA IKLAN MINUMAN *INDOMILK GOOD TO GO* DENGAN
ENDORSER ATLET BULUTANGKIS JONATAN CHRISTIE DAN
ANTHONY SINISUKA GINTING)**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

JONATHAN SATRIA PUTRA

NPM : 15 03 21802

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2020

Skripsi

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* PADA NIAT BELI
(STUDI PADA IKLAN MINUMAN *INDOMILK GOOD TO GO* DENGAN
ENDORSER ATLET BULUTANGKIS JONATAN CHRISTIE DAN
ANTHONY SINISUKA GINTING)**

Disusun oleh :

JONATHAN SATRIA PUTRA

NPM. : 15 03 21802

Yang telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

13 Januari 2020

Skripsi

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* PADA NIAT BELI
(STUDI PADA IKLAN MINUMAN *INDOMILK GOOD TO GO* DENGAN
ENDORSER ATLET BULUTANGKIS JONATAN CHRISTIE DAN
ANTHONY SINISUKA GINTING)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Jonathan Satria Putra
NPM : 15 03 21802**

**telah dipertahankan di depan panitia penguji
pada tanggal 07 Februari 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai Derajat Sarjana (S1) Program Studi
Manajemen**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Mahestu N Krisjanti, SE., M.Sc, IB., Ph.D,

Th. Diah Widiastuti, SE., M.si

Yogyakarta, 07 Februari 2020

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa
skripsi dengan judul

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* PADA NIAT BELI
(STUDI PADA IKLAN MINUMAN *INDOMILK GOOD TO GO* DENGAN
ENDORSER ATLIT BULUTANGKIS JONATAN CHRISTIE DAN
ANTHONY SINISUKA GINTING)**

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan satu ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta 13 Januari 2020

Yang menyatakan

Jonathan Satria Putra

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (S1) pada program studi manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul yang penulis ajukan adalah “PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* PADA NIAT BELI (STUDI PADA IKLAN MINUMAN *INDOMILK GOOD TO GO* DENGAN *ENDORSER* ATLIT BULUTANGKIS JONATAN CHRISTIE DAN ANTHONY SINISUKA GINTING)”

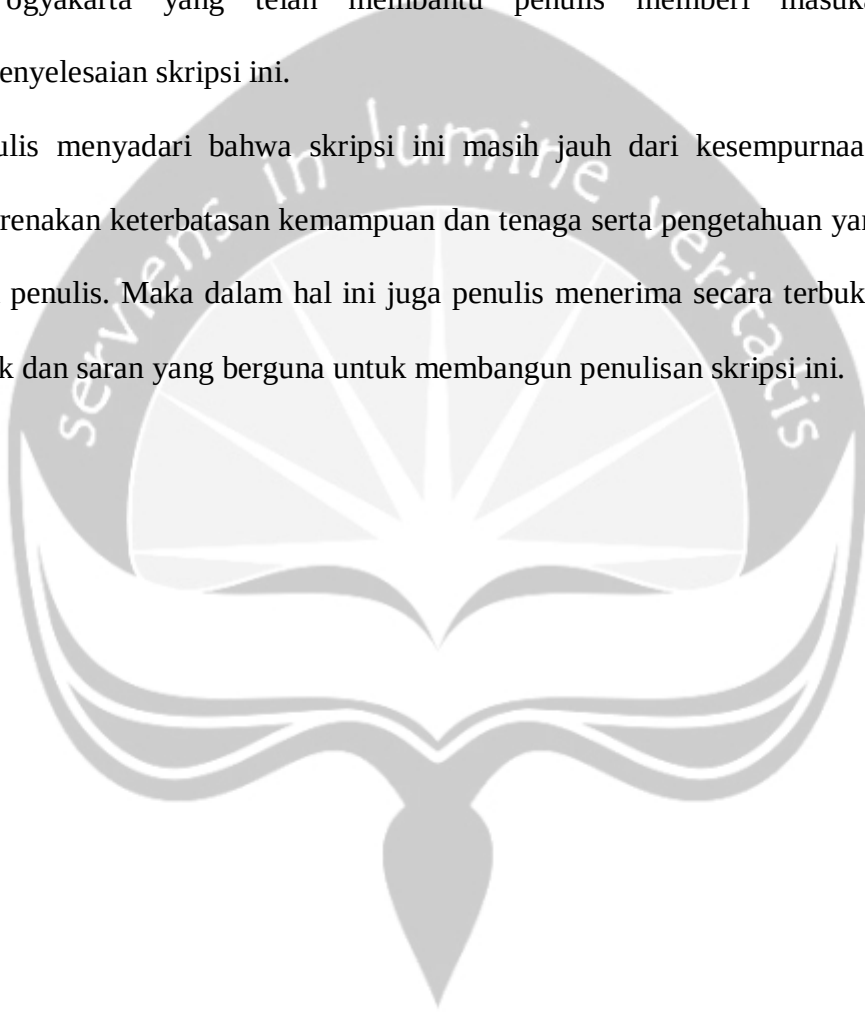
Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Terutama dari orang tua penulis yang selalu mendukung dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Tuhan Yesus Kristus atas semua berkat dan rahmatnya yang telah diberikan kepada penulis sampai sekarang ini.
2. Ibu Prof, Dr, MF, Shellyana Junaedi, S.E., M.Si. sebagai dosen pembimbing dalam penyelesaian skripsi ini yang telah memberikan bantuan, petunjuk, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.

3. Seluruh dosen yang telah mengajar dan membagikan ilmunya kepada saya mulai dari semester satu hingga akhir penulis dapat menyelesaikan Pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Untuk Papa tercinta yang senantiasa selalu memberikan yang terbaik buatku, segala dukungan dan perhatian yang papa berikan sangat berarti untukku mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta ini.
5. Untuk Alm. Mama tercinta, gelar S.E ini juga kupersembahkan untuknya, tanpa mama yang mendidikku ketika kecil untuk pantang menyerah dan berserah kepada Tuhan rasanya tidak mungkin untuk mendapatkan gelar sarjana ini.
6. Untuk Ima tercinta terimakasih telah menjadi sosok pengganti mama yang sama – sama memberikan support untukku menyelesaikan studi maupun hal lain.
7. Untuk Teresa Puspita Tedjasetiana tersayang, terimakasih telah memberikan dukungan terbesar selama menempuh studi dan mengerjakan skripsi. Perhatian, bantuan dan kasih sayangmu selalu hadir untuk membuatku semangat.
8. Seluruh responden yang telah membantu penulis dalam merespon kuesioner yang telah dibagikan.
9. Untuk teman – teman kuliah dan kos (Erico, Obie, Luke, Juan, Richard, Kevin, dll.) terimakasih telah menjadi bagian hidupku menempuh studi ini, tanpa kalian mungkin aku tidak akan betah berada di Yogyakarta.

10. Untuk Vino, Ian, Ivan, Yosua, Yohanes, dll. Terimakasih sudah menemani mengerjakan skripsi dan menerima keluhan kesahku selamaku mengerjakan di Solo.
11. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu penulis memberi masukan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan tenaga serta pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Maka dalam hal ini juga penulis menerima secara terbuka masukan kritik dan saran yang berguna untuk membangun penulisan skripsi ini.



DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR SKEMA	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I.....	15
1.1. Latar Belakang.....	15
1.2. Rumusan Masalah.....	17
1.3. Tujuan Penelitian.....	18
1.4. Manfaat Penelitian	18
1.5. Sistematika Penulisan	19
BAB II.....	21
2.1. LANDASAN TEORI.....	21
2.1.1. Celebrity Endorsement.....	21
2.1.2. Kredibilitas Selebriti.....	22
2.1.3. Daya Tarik Selebriti.....	23
2.1.4. Kecocokan Produk terhadap Kepribadian Selebriti.....	23
2.1.5. <i>Meaning Transferred</i>	24
2.1.6. Niat Beli	25
2.2. PENELITIAN TERDAHULU	28
2.3. PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	34
2.3.1. Kredibilitas <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Niat Beli	34
2.3.2. Daya Tarik Selebriti terhadap Niat Beli	34
2.3.3. Kecocokan Produk dengan Kepribadian Selebriti terhadap Niat Beli	35
2.3.4. <i>Meaning Transferred</i> terhadap Niat Beli.....	35
2.4. KERANGKA PENELITIAN	36

BAB III.....	38
3.1. PENDEKATAN PENELITIAN	38
3.2. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	38
3.3. SAMPEL PENELITIAN	40
3.4. TEKNIK PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA.....	40
3.5. DEFINISI OPERASIONAL	40
3.6. Pengujian Instrumen Penelitian	44
3.6.1. Uji Validitas	45
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	47
3.6.3. Uji Secara Simultan (Uji F)	48
3.6.4. Uji Secara Parsial (Uji t).....	48
3.6.5. Koefisien Determinasi	49
3.7. METODE ANALISIS	49
3.7.1. Analisis Data Deskriptif.....	50
3.7.2. Analisis Regresi Berganda	50
BAB IV	55
4.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	55
4.1.1. Jenis Kelamin	56
4.1.2. Usia	56
4.1.3. Pekerjaan / Profesi	57
4.1.4. Uang Saku / Pendapatan rata – rata perbulan.....	57
4.2. ANALISIS REGRESI <i>CELEBRITY ENDORSEMENT</i> JONATAN CHRISTIE TERHADAP NIAT BELI	58
4.2.1. Pengaruh Kredibilitas Selebriti Jonatan Christie terhadap Niat Beli 59	
4.2.2. Pengaruh Daya Tarik Selebriti Jonatan Christie terhadap Niat Beli59	
4.2.3. Pengaruh Kecocokan Produk dengan Kepribadian Selebriti Jonatan Christie terhadap Niat Beli	60
4.2.4. Pengaruh <i>Meaning Transferred</i> Jonatan Christie terhadap Niat Beli 60	
4.2.5. Pengaruh Variabel Independen (Jonatan Christie) secara Simultan terhadap Niat Beli	61
4.3. ANALISIS REGRESI <i>CELEBRITY ENDORSEMENT</i> ANTHONY SINISUKA GINTING TERHADAP NIAT BELI	61

4.3.1. Pengaruh Kredibilitas Selebriti Anthony Sinisuka Ginting terhadap Niat Beli.....	63
4.3.2. Pengaruh Daya Tarik Selebriti Anthony Sinisuka Ginting terhadap Niat Beli.....	63
4.3.3. Pengaruh Kecocokan Produk dengan Kepribadian Selebriti Anthony Sinisuka Ginting terhadap Niat Beli	63
4.3.4. Pengaruh <i>Meaning Transferred</i> Anthony Sinisuka Ginting terhadap Niat Beli.....	64
4.3.5. Pengaruh Variabel Independen (Anthony Sinisuka Ginting) secara Simultan terhadap Niat Beli	64
4.4. Hasil Uji Beda <i>Independent Samples T Test</i>	65
4.5. PEMBAHASAN.....	65
4.5.1. Pengaruh Kredibilitas Selebriti terhadap Niat Beli	66
4.5.2. Pengaruh Daya Tarik Selebriti terhadap Niat Beli	67
4.5.3. Pengaruh Kecocokan Produk dengan Kepribadian Selebriti terhadap Niat Beli.....	68
4.5.4. Pengaruh <i>Meaning Transferred</i> terhadap Niat Beli	69
4.5.5. Perbandingan Pengaruh Jonatan Christie & Anthony Sinisuka Ginting terhadap Niat Beli.....	70
BAB V.....	72
5.1. Kesimpulan	72
5.1.1. Kesimpulan Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	72
5.1.2. Kesimpulan Analisis Regresi	73
5.2. IMPLIKASI MANAJERIAL	74
2.3. Keterbatasan Penelitian.....	75
2.4. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Perbedaan Penggunaan Celebrities Endorsement	16
Terhadap Penjualan Produk.....	16
Gambar 3.1 Pengaruh Kredibilitas Selebriti terhadap Niat Beli	51
Gambar 3.2 Pengaruh Daya Tarik Selebriti terhadap Niat Beli	51
Gambar 3.3 Pengaruh Kecocokan Produk dengan Kerpibadian Selebriti terhadap Niat Beli	52
Gambar 3.4 Pengaruh <i>Meaning Transfer</i> terhadap Niat Beli.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	42
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kuesioner	46
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....	47
Tabel 4.1 Persentasi menurut Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Persentasi menurut Usia	56
Tabel 4.3 Persentasi menurut Uang Saku / Pendapatan rata – rata per bulan	57
Tabel 4.4 Hasil Output Regresi Berganda Jonatan Christie.....	58
Tabel 4.5 Hasil Output Regresi Berganda Anthony Sinisuka Ginting	62
Tabel 4.6 Hasil Uji F dan Nilai Adjusted R Square Jonatan Christie & Anthony Sinisuka Ginting	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis	71

DAFTAR SKEMA

Skema 2.1 Model Penelitian <i>Celebrity Endorsement</i>	37
---	----



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* PADA NIAT BELI
(STUDI PADA IKLAN MINUMAN *INDOMILK GOOD TO GO* DENGAN
ENDORSER ATLET BULUTANGKIS JONATAN CHRISTIE DAN
ANTHONY SINISUKA GINTING)**

Disusun oleh :
JONATHAN SATRIA PUTRA
NPM. : 15 03 21802

Pembimbing :
Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi. M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorsement* (kredibilitas selebriti, daya tarik selebriti, kecocokan produk dengan kepribadian selebriti dan *meaning transferred*) dengan dua *endorser* yaitu Jonatan Christie dan Anthony Sinisuka Ginting terhadap niat beli produk minuman susu sereal *Indomilk Good to Go*. Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden. Kuesioner disebarkan secara manual / *offline* dengan jumlah responden mencapai 150 orang (81 pria & 69 wanita) dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji apakah variabel dependen dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen secara objektif, dan untuk membandingkan pengaruh antara *endorser* Jonatan Christie dan Anthony Sinisuka Ginting.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kredibilitas selebriti, daya tarik selebriti, dan kecocokan produk dengan kepribadian selebriti pada *endorser* Jonatan Christie tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli, sementara pada *endorser* Anthony Sinisuka Ginting hanya variabel daya tarik selebriti saja yang tidak signifikan mempengaruhi niat beli. Pada variabel *meaning transferred* kedua *endorser* berpengaruh positif terhadap niat beli. Variabel daya tarik untuk kedua *endorser* berpengaruh negatif sementara lainnya berpengaruh positif. Untuk hasil uji beda dengan analisis *independent samples t test* tidak ditemukan perbedaan antara Jonatan Christie & Anthony Sinisuka Ginting.

Kata Kunci: *celebrity endorsement*, kredibilitas selebriti, daya tarik selebriti, kecocokan produk dengan kepribadian selebriti, *meaning transferred*, niat beli