

**PENGARUH DAYA TARIK CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPOO PANTENE
(Studi pada Mahasiswa S1 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

**THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER'S ATTRACTIVENESS
AND BRAND IMAGE TOWARD BUYING DECISION OF PANTENE
SHAMPOO**

**(A Student on Undergraduate Students of Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

DWI YULIANTI SRI WAHYUNINGSIH

20120410002

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2015

SKRIPSI

**PENGARUH DAYA TARIK CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPOO PANTENE**

(Studi pada Mahasiswa S1 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

**THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER'S ATTRACTIVENESS
AND BRAND IMAGE TOWARD BUYING DECISION OF PANTENE
SHAMPOO**

**(A Student on Undergraduate Students of Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta)**



Diajukan Oleh :

DWI YULIANTI SRI WAHYUNINGSIH

20120410002

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

Misbahul Anwar, SE.,M.Si
NIK: 19670916199202 143014

Tanggal, 05 November 2015

SKRIPSI

**PENGARUH DAYA TARIK CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPOO PANTENE**

(Studi pada Mahasiswa S1 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

**THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER'S ATTRACTIVENESS
AND BRAND IMAGE TOWARD BUYING DECISION OF PANTENE**

SHAMPOO

**(A Student on Undergraduate Students of Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta)**

Diajukan Oleh :

**DWI YULIANTI SRI WAHYUNINGSIH
20120410002**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 16 Desember 2015

Yang terdiri dari

Asnawi Asdinardju, Drs., M.Si.
Ketua Tim Penguji

Misbahul Anwar, SE., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Sutrisno Wibowo, SE., MM.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto, M.Si.
NIK. 143 016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dwi Yulianti Sri Wahyuningsih

Nomor Mahasiswa : 20120410002

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH DAYA TARIK CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPOO PANTENE (Studi pada Mahasiswa S1 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 05 November 2015

Dwi Yulianti Sri Wahyuningsih

Motto

“Perkataan itu seperti obat, sedikitnya sangat bermanfaat, tetapi banyaknya akan menghancurkan” (Sayyidina Ali bin Abi Thalib)

Janganlah takut menghadapi masa depan, jangan pula menangis untuk masa lalumu.. (Percy Bysshe Shelley)

Jangan pikirkan kegagalan kemarin, hari ini sudah lain, sukses pasti diraih selama semangat masih menyengat!

Rasa ingin tahu akan mengalahkan rasa takut, bahkan melebihi keberanian yang kita kehendaki (James Stephens)

Buat apa hidup kalau kita tidak berani mencoba sesuatu? (Vincent van Gogh)

Belajar adalah penemuan bahwa segala sesuatu itu mungkin (Fritz Perls)

Persembahan

Skripsi ini kupersembahkan untuk

Kedua orang tua yang selalu bekerja keras demi anaknya, mengajarku kemandirian, memberikan kasih sayang dan doa yang tak terbatas. Aku akan selalu memberikan yang terbaik untuk keluarga kita dan aku tidak akan pernah menyerah dengan keadaan sesulit apapun itu pasti selalu ada jalan.

Terima kasih ayah dan ibuku ♥

Untuk kakakku *Vitria Wulan Sari* yang selalu mendukung, memberi semangat agar lekas wisuda, menghiburku dikala aku sedang jenuh, bertahan dan berdiri tegak karena kesedihan bukan solusi.

Untuk *semua teman* yang tak mungkin aku sebutkan nama-nama kalian karena terlalu banyak, akau ucapkan sungguh aku berterima kasih kepada kalian semua, karena semangat dari kalianlah maka skripsi ini selesai dan akhirnya aku di wisuda.

Terima kasih, kalian luar biasa..

Dan terakhir

Untuk ALLAH SWT, Alhamdulillahirobbil'alamin.. tidak ada yang sulit selagi aku mau berusaha, ini semua karenaMu Ya Allah ku nikmati proses demi proses hingga aku menjadi sarjana..

INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh daya tarik *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian shampoo Pentene pada mahasiswa S1 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Objek dalam penelitian ini adalah shampoo Pentene, sedangkan subjeknya adalah mahasiswa S1 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Sebelum dilakukan analisis data terlebih dahulu dilakukan uji kualitas instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan daya tarik *celebrity endorser* dan *brand image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Shampoo Pentene. Daya tarik *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Shampoo Pentene. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Shampoo Pentene.

Kata kunci: daya tarik *celebrity endorser*, *brand image* dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

The research aims to analyze the influence of celebrity endorser's attractiveness and brand image toward buying decision of Pantene shampoo on student of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

The object of the research is Pantene shampoo, while the subject of it is students of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. The sample was taken by purposive sampling technique. The data analysis used double linier regression. Before the data analysis was done, the researcher conducted an instrument quality testing including the valididy testing and reliability.

The result of analysis showed that the influence of celebrity endorser's attractiveness and brand image simultaneously gave significant influence toward the buying decision of Pantene shampoo product. The celebrity endorser's attractiveness gave positive and significant influence toward buying decision of Pantene shampoo product. The brand image also gave positive and significant influence toward the buying decision of Pantene shampoo product.

Key Words: celebrity endorser's attractiveness, brand image and buying decision.

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, karunia, dan rahmat-NYA dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Daya Tarik *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Pantene pada Mahasiswa S1 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta” dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini di susun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi manajemen perusahaan Samsung. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. Nano Prawoto, M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA.,M.Si.,Ph.D. selaku ketua prodi Manajemen yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.

3. Bapak Misbahul Anwar, SE.,M.Si yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, penulis berharap skripsi ini dapat membantu semua pihak dan mampu bagi penulis selanjutnya dalam mengembangkan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 05 November 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i>	8
2. Pengertian <i>Brand Image</i>	9
3. Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	12
C. Hipotesis	14
D. Model Penelitian	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Obyek dan Subyek Penelitian	18
B. Teknik Pengambilan Sampel	18
C. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan	20
D. Identifikasi Variabel.....	21

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	21
F. Uji Kualitas Instrumen	23
G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	24
1. Analisis Regresi Linier Berganda	24
2. Pengujian Hipotesis	25
a. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	25
b. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	26
c. Koefisien Determinasi (R ²).....	26
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 27
A. Hasil Pengumpulan Data.....	27
B. Profil Responden.....	27
C. Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	28
1. Uji Validitas	28
2. Uji Reliabilitas	30
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	31
1. Analisis regresi Berganda	31
2. Uji F	32
3. Uji t	32
4. Koefisien Determinasi	33
E. Pembahasan.....	34
 BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	 36
A. Simpulan	36
B. Keterbatasan.....	36
C. Saran	37

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1. Top Brand Awards Shampoo Tahun 2014.....	4
TABEL 3.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	22
TABEL 4.1. Deskripsi Responden.....	27
TABEL 4.2. Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	28
TABEL 4.3. Hasil Uji Validitas Sampel Besar.....	29
TABEL 4.4. Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	30
TABEL 4.5. Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	30
TABEL 4.6. Hasil Perhitungan Koefisien Regresi	31
TABEL 4.7. Hasil Uji F	32
TABEL 4.7. Hasil Uji t	32
TABEL 4.8. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....	33

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1. Model Penelitian.....	17
-----------------------------------	----