

**ANALISIS KARAKTERISTIK BINTANG IDOLA IKLAN (*CELEBRITY  
ENDORSER*) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
MULTIVITAMIN KUKU BIMA ENER-G!**

*The Analysis of The Characteristic of The Celebrity Endorser To The  
Purchase Intention of The Customers To The  
Multivitamin Kuku Bima Ener-G!*  
(Studi Pada Konsumen di Kecamatan Sleman, Yogyakarta)

**SKRIPSI**



**Oleh**

**PRA TIWI WIDIANINGSIH**

**20030410031**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2008**

**ANALISIS KARAKTERISTIK BINTANG IDOLA IKLAN (*CELEBRITY  
ENDORSER*) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
MULTIVITAMIN KUKU BIMA ENER-G!**

*The Analysis of The Characteristic of The Celebrity Endorser To The  
Purchase Intention of The Customers To The  
Multivitamin Kuku Bima Ener-G!*  
(Studi Pada Konsumen di Kecamatan Sleman, Yogyakarta)

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta**



Oleh

**PRATIWI WIDIANINGSIH**

**2003 041 0031**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2008**

**SKRIPSI**

**ANALISIS KARAKTERISTIK BINTANG IDOLA IKLAN (*CELEBRITY*  
*ENDORSER*) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
MULTIVITAMIN KUKU BIMA ENER-G!  
(Studi Pada Konsumen di Kecamatan Sleman, Yogyakarta)**

**Diajukan oleh**

**PRATIWI WIDIANINGSIH  
2003 041 0031**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Dr. Susanto, S. E., M.S  
NIP : 130 887 249

Tanggal, 28 Januari 2009

**SKRIPSI**  
**ANALISIS KARAKTERISTIK BINTANG IDOLA IKLAN (*CELEBRITY***  
***ENDORSER*) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA**  
**MULTIVITAMIN KUKU BIMA ENER-G!**  
**(Studi Pada Konsumen di Kecamatan Sleman, Yogyakarta)**

**Diajukan oleh**  
**PRA TIWI WIDIANINGSIH**  
**2003 041 0031**

Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Dewan Penguji Jurusan  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 22 Januari 2009  
Yang terdiri dari :

Dr. Susanto, S. E., M. S  
Ketua Tim Penguji

Isthofaina Astuty, S. E., M.Si  
Anggota Tim Penguji

Lela Hinasah, S. E., M. Si  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbachul Anwar, S.E., M. Si  
NIK : 143 014

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang telah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Desember 2008

Pratiwi Widianingsih

## Motto

- *Sesungguhnya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan seberapa derajat dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS. Mujaddalah : 11)*
- *Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan, dan apabila kamu telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. (QS. Al-Insyiro' : 6)*
- *Pelajarilah ilmu,  
Barang siapa mempelajari karena Allah, itu taqwa  
Menentukannya, itu ibadah  
Mengulang-ulangi, itu tasbih  
Membahasnya, itu jihad  
Mengajarkan kepada orang yang tidak tahu, itu sedekah  
Memberikan kepada ahlinya, itu mendekatkan diri kepada Allah  
(Abusy Syaikli Ibnu Hibban dan Ibnu Abdil Barr, Ilya Al-Ghozali, 1986)*

*Persembahan*

*Kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang –orang yang berarti*

*dalam hidupku :*

*Ayah ibuku tercinta,*

*Adekkku tersayang, dan*

*Almamaterku*

## *Ucapan Terima kasih*

- *Adekku Arwien Cute yang selalu membantu dan memberi dorongan semangat untuk aku dalam menyelesaikan skripsi.*
- *Sepupuku irvan, makasih ya..dah mo ngantar tiwi kesana-kemari, keluar masuk kampus cuma buat cari jurnal. Kapan nie wisudanya...*
- *Sahabatku aan, makasih dah ngasih dukungannya selama ini. Aku bangga punya temen seperti kamu. Jangan brantem mulu ma suamim he he he...*
- *Sahabatku very...makasih juga dah mo kasih saran, dukungan agar aku bisa sabar, tegar, dan belajar banyak tentang hidup dan berkat pengalaman n nasehat-nasehatmu.*
- *Hery, makasih ya atas semua yang kamu beri ke tiwi selama ini. Tanpa bantuan, perhatian, dukungan dan motivasi dari kamu, tiwi ga' bisa nyelesein semuanya.*
- *Mb Dezti, makasih atas perhatian dan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi tiwi. Thanks ya..*
- *Eva, makasih ya atas pinjaman skripsinya. Maaf lama banget pinjemnya.*
- *Ika, makasih atas pinjaman skripsinya. Maaf ya tiwi selalu ngrepotin terus n lama banget pinjemnya.*
- *Med, makasih ya atas segala bantuanmu dah mbenerin komputer dan printerku yang suka erorr he he he...*



## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power* bintang idola iklan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk Kuku Bima Ener-G! di Kecamatan Sleman.

Populasi adalah seluruh konsumen Kuku Bima Ener-G! Yang mempunyai televisi di Kecamatan Sleman. Pengambilan sampel dengan *convenience sampling*.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel *visibility*, *credibility*, *attraction*, dan *power* bintang idola iklan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen pada Kuku Bima Ener-G! di Kecamatan Sleman. Hal ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 yaitu variabel *visibility* sebesar 0,035, variabel *credibility* sebesar 0,021, variabel *attraction* sebesar 0,018 dan *power* sebesar 0,039. R square *adjusted* sebesar 0,454, hal ini menunjukkan bahwa 45,4% variasi minat beli konsumen dijelaskan oleh variabel *visibility*, *credibility*, *attraction*, dan *power*. Sedangkan sisanya sebesar 54,6 % dijelaskan oleh variabel yang lain.

Kata Kunci: *visibility*, *credibility*, *attraction*, *power* dan minat beli konsumen

### ***Abstract***

*This research is purposed to detect the influence of the visibility, credibility, attraction, and power of the advertisement idol star, simultaneously having impact info the purchase intention of the customer to ward the product of Kuku Bima Ener-G! in Kecamatan Sleman.*

*The population in this case means all of the customers of Kuku Bima Ener-G! who have the television set in Kecamatan Sleman. The method of taking sample is by applying the convinience sampling.*

*The result of the research indicates that there is significant impact or influence of the visibility, credibility, attraction, and power variables of the advertismen idol star, simultaneously having impact to the purchase intention of the customer to ward the product of Kuku Bima Ener-G! in Kecamatan Sleman. It is referenced by the significant point that is started under 0,05 as the amount of visibility variable about 0,035, credibility variable at 0,021, attraction variabel at 0,018, and power at 0,039. The amount of R square adjusted at 0,454, it shows that 45,4 % of the variation of the purchase intention of the customer is described by the visibility, credibility, attraction, and power variables. Where as, the amount of the residue about 54,6 % is explained by the other variable.*

*Key words : visibility, credibility, attraction, power and the purchase intention of the customer*

## KATA PENGANTAR

*Assalam'alaikum Wr.Wb*

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “ **ANALISIS KARAKTERISTIK BINTANG IDOLA IKLAN (CELEBRITY ENDORSER) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MULTIVITAMIN KUKU BIMA ENER-G!** (*Studi pada Konsumen di Kecamatan Sleman, Yogyakarta*)”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Universitas Muuhammadiyah Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa bimbingan, bantuan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. H. M. Dasron Hamid, M.Sc selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan bagi saya untuk belajar di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Misbahul Anwar, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu, memberikan bimbingan dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

3. Bapak Drs. Winarso, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan sarannya selama ini.
4. Bapak Drs. Susanto, MS selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam menyusun skripsi.
5. Seluruh dosen, karyawan dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu dalam menyelesaikan studi.
6. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis mengharapkan semoga penyusun skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan.

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb***

Yogyakarta, Desember 2008

Pratiwi Widianingsih

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
UCAPAN TERIMAKASIH .....	viii
INTISARI .....	ix
ABSTRACT .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xvii
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	7

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Perilaku Konsumen .....	8
B. Periklanan .....	16
C. Pengertian Bintang Iklan .....	22
D. Minat Beli .....	25
E. Penelitian Terdahulu .....	29
F. Hipotesis .....	30
G. Model Penelitian .....	31

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Subjek dan Objek Penelitian .....	32
B. Populasi dan Sampel .....	32
C. Teknik Pengumpulan Data .....	33
D. Definisi Operasional Variabel .....	34
E. Uji Kualitas Instrumen Penelitian .....	41
F. Metode Analisis Data .....	42

## **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	44
B. Hasil Penyebaran Kuesioner .....	47
C. Uji Kevalidan Instrumen .....	51
D. Hasil Penelitian .....	55
E. Pengujian Hipotesis .....	57

F. Pembahasan .....	61
---------------------	----

**BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN**

A. Kesimpulan .....	64
---------------------	----

B. Keterbatasan dan Saran .....	65
---------------------------------	----

Daftar Pustaka

Lampiran

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>		<b>Halaman</b>
2.1	Model <i>Theory of Reasoned Action</i> .....	26
2.2	Model Bentler-Speckart.....	28
2.3	Model Penelitian .....	31



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
4.1	Hasil Penyebaran Kuesioner .....	48
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Melihat Tayangan Iklan Multivitamin .....	50
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengonsumsi Multivitamin .....	51
4.7	Uji Validitas Variabel <i>Visibility</i> .....	51
4.8	Uji Validitas Variabel <i>Credibility</i> .....	52
4.9	Uji Validitas Variabel <i>Attraction</i> .....	53
4.10	Uji Validitas Variabel <i>Power</i> .....	53
4.11	Uji Validitas Variabel Minat Beli Konsumen .....	54
4.12	Nilai alpha Masing-masing Uji Reliabilitas .....	55
4.13	Rangkuman Uji Regresi .....	56



