

**PENGARUH PENGGUNAAN *CELEBRITY ENDORSER* PADA IKLAN  
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DI KABUPATEN WONOSOBO**

**THE EFFECT OF THE USING CELEBRITY ENDORSERS ON  
HONDA VARIO MOTORCYCLE ADVERTISING ON PURCHASE DECISION  
IN WONOSOBO**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

**ANDRI RAHMAWAN**

**20060410112**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2011**

**PENGARUH PENGGUNAAN *CELEBRITY ENDORSER* PADA IKLAN  
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI KABUPATEN WONOSOBO**

**THE EFFECT OF THE USING CELEBRITY ENDORSERS ON  
HONDA VARIO MOTORCYCLE ADVERTISING ON PURCHASE  
DECISION IN WONOSOBO**

**SKRIPSI**

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



**Disusun oleh:**

**ANDRI RAHMAWAN**

**20060410112**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2011**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH PENGGUNAAN *CELEBRITY ENDORSER* PADA IKLAN  
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DI KABUPATEN WONOSOBO**

**THE EFFECT OF THE USING CELEBRITY ENDORSERS ON  
HONDA VARIO MOTORCYCLE ADVERTISING ON PURCHASE DECISION  
IN WONOSOBO**

Diajukan oleh:

**ANDRI RAHMAWAN  
20060410112**

Telah disetujui Dosen Pembimbing  
Pembimbing

Dra. Tri Maryati, MM.  
NIK: 143 028

Tanggal: 2 Desember 2011

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENGGUNAAN *CELEBRITY ENDORSER* PADA IKLAN  
SEPEDA MOTOR HONDA VARIO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DI KABUPATEN WONOSOBO**

Diajukan oleh

**ANDRI RAHMAWAN**  
**20060410112**

**Skripsi ini telah di uji dan diberikan nilai “A” serta telah disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 5 September 2012  
Yang terdiri dari:**

**Fajarwati, S.E.,M.Si**  
Ketua Tim Penguji

**Hasna Rimiyati, Dra.,M.Si**  
Anggota Tim Penguji

**Fauziah, S.E.,M.Si**  
Anggota Tim Penguji

**Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Dr. Nano Prawoto. S.E.,M.Si**  
NIK : 143 016

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Andri Rahmawan

Nomor mahasiswa : 20060410112

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **"PENGARUH PENGGUNAAN *CELEBRITY ENDORSER* PADA IKLAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KABUPATEN WONOSOBO"** Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga 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. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 2 Desember 2011

Andri Rahmawan

## MOTTO

*Di dunia ini Cuma ada dua hal yang bisa dibuat pegangan hidup kita, yaitu antara sebab dan akibat, ya atau tidak, dan surga atau neraka*

~ H. Suratman ~

*I want to Live My life to the absolute fullest to open my eyes to be all I can be. To travel roads not taken to meet faces unknown, to feel the wind to touch the stars, I promise to discover my self to stand tall with greatness to chase down and catch every dream.*

~ bebelac said ~

*Herjakan yang saat ini, dan pikirkan yang akan dilakukan. Karena perencanaan untuk hidup bukan hidup untuk perencanaan*

~ dini laras ~

*Mintalah bahu yang kuat, bukan hidup yang mudah karena mudah itu sesuatu yang datar dan kesulitan itu sesuatu yang menjadikan kita mempunyai bahu untuk hidup.*

~ Mario Teguh ~

*“Be very honest about who and what you are. And if people still like you, that’s great.”*

~ Sting (1951), Musician ~

*“Doing easily what others find difficult is talent; doing what is impossible for talent is genius.”*

~ Henri-Frederic Amiel (1821-81), Swiss philosopher ~

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- ✚ Hj. Rokhimah dan H. Suratman yang tercinta sebagai wujud sembah sujud dan baktiku kepada beliau atas dukungan dan semangatnya selama ini.
- ✚ Penyemangat hidupku, terimakasih atas doa, bantuan, nasehat dan dukungannya yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
- ✚ Seluruh teman-teman Manajemen 2006 dan semua teman-teman yang sudah mau menerima saya sebagai sahabat selama ini.
- ✚ Almamaterku

## INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah menguji variabel kredibilitas dan daya tarik terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Vario di daerah kabupaten Wonosobo. Pengujian kedua variable tersebut dilakukan secara parsial dan simultan. Obyek penelitian ini yaitu sepeda motor merek Honda Vario. Subyek penelitian ini para pengguna yang bertempat tinggal atau menetap di wilayah Kabupaten Wonosobo.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Untuk pengambilan sampelnya menggunakan metode *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan kriteria-kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden.

Metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis statistik regresi linier berganda. Hasil pengujian secara parsial variabel kredibilitas dan daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian secara serentak variabel kredibilitas dan daya tarik menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kredibilitas, daya tarik, keputusan pembelian



## ABSTRACT

The purpose of this study was to test the credibility and attractiveness variables on purchase decisions of Vario Honda motorcycles in Wonosobo district. The second test was done partially variable and simultaneous. Object of this research is Honda Vario motorcycle. This subjects study is the user who reside or settle in the district of Wonosobo.

Type of data used in this study is the primary data obtained through questionnaires. To capture the sample using purposive sampling method. Sampling is purposive sampling techniques performed by certain criteria based on objective research. Data collection techniques by distributing questionnaires to the respondents.

Data analysis methods used multiple linear regression statistical analysis. The test results was partially variable credibility and attractiveness significantly influence purchasing decisions. The results of simultaneously testing the credibility and attractiveness variables showed that there was a significant influence on purchase decisions.

Keywords: credibility, attractiveness, purchasing decisions

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul ” Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endorser* Pada Iklan Sepeda Motor Honda Vario Terhadap Keputusan Pembelian Di Kabupaten Wonosobo”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini dari persiapan sampai terselesaikannya tidak lepas dari bantuan pihak dengan segala keterbukaan dan kerelaan hati telah memberikan bimbingan, pengarahan, keterangan dan dorongan semangat yang begitu berarti. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, S.E.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Ibu Dra. Tri Maryati, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian penelitian ini.
4. Orang tua serta keluarga besarku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan studi.

5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak sekali kekurangan sehingga kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman penelitian tentang topik ini, semoga skripsi dari peneliti ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 02 Desember 2011

Andri Rahmawan

## 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 .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I       PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II       TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	11
B. Model Penelitian .....	37
BAB III       METODA PENELITIAN	
A. Definisi Operasional Variabel.....	38
B. Obyek dan Subyek .....	41
C. Jenis Data .....	41
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel.....	43

	E. Teknik Pengumpulan Data .....	43
	F. Uji Kualitas Instrumen .....	43
	G. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Obyek Dan Subyek Penelitian.....	48
	B. Uji Kualitas Instrumen.....	49
	C. Karakteristik Responden .....	51
	D. Analisis Data.....	54
	E. Hasil Penelitian.....	56
	F. Pembahasan.....	58
BAB V	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	
	A. Kesimpulan.....	61
	B. Keterbatasan Penelitian.....	61
	C. Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Kredibilitas .....	50
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Daya Tarik .....	51
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	51
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.5. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4.6. Karakteristik Responden berdasarkan Umur.....	53
Tabel 4.7. Karakteristik Responden berdasarkan pendapatan .....	54
Tabel 4.8. Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan .....	54
Tabel 4.9. Karakteristik Responden berdasarkan pendidikan .....	55
Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	55
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif .....	56
Tabel 4.12. Hasil Uji F.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	31
Gambar 2.3. Model Penelitian.....	39