

**IDENTIFIKASI DAYA TARIK DAN KREDIBILITAS SM*SH
SEBAGAI *CELEBRITY ENDORSER* KARTU AS
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

SKRIPSI

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



Oleh

SIGIT PURNOMO
2006 04 10118

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2012**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**IDENTIFIKASI DAYA TARIK DAN KREDIBILITAS *SM*SH*
SEBAGAI *CELEBRITY ENDORSER KARTU AS*
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

Diajukan oleh

SIGIT PURNOMO
2006 04 10118

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Hj. Rini Juni Astuti, SE., M.Si.

Tanggal 23 April 2012

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

IDENTIFIKASI DAYA TARIK DAN KREDIBILITAS *SM*SH*
SEBAGAI *CELEBRITY ENDORSER KARTU AS*
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

Diajukan oleh

SIGIT PURNOMO
2006 04 10118

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 11 Agustus 2012
Yang terdiri dari

Isthofaina Astuty, SE., M.Si.
Ketua Tim Penguji

Tri Maryati, Dra., M.M.
Anggota Tim Penguji

Lela Hinasah, SE., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, SE., M.Si.

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Sigit Purnomo

Nomor mahasiswa : 2006 04 10118

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “IDENTIFIKASI DAYA TARIK DAN KREDIBILITAS *SM*SH* SEBAGAI *CELEBRITY ENDORSER KARTU AS* (Studi pada Mahasiswa 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 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, 30 Juli 2012

Sigit Purnomo

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sungguh, bagi orang yang taqwa ada tempat yang aman dan bahagia, kebun-kebun dan pohon anggur, gadis-gadis sebaya dengan buah dada yang mekar dan piala penuh (berisi minuman).”

(QS. An Nabaa 31 – 34)

**Karya tulis ini kupersembahkan untuk almamaterku
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**IDENTIFIKASI DAYA TARIK DAN KREDIBILITAS SM*SH
SEBAGAI CELEBRITY ENDORSER KARTU AS
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

**Sigit Purnomo
2006 04 10118**

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh daya tarik (*attractiveness*) dan kredibilitas (*credibility*) yang dimiliki grup *Sm*sh* sebagai *celebrity endorser Kartu As* di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian survei. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang pernah menonton iklan *Kartu As* di televisi. Jumlah sampel yang diteliti adalah 100 responden. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner, yang sudah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik (*attractiveness*) dan kredibilitas (*credibility*) yang dimiliki grup *Sm*sh* sebagai *celebrity endorser Kartu As* di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta masuk pada tingkatan sedang.

Kata kunci: Periklanan, *Celebrity Endorser*, Daya Tarik, Kredibilitas.

**THE IDENTIFICATION OF THE ATTRACTIVENESS AND CREDIBILITY
OF SM*SH AS CELEBRITY ENDORSER FOR KARTU AS
(A Study on the Students of Muhammadiyah University of Yogyakarta)**

Sigit Purnomo
2006 04 10118

ABSTRACT

*This research is purposed to identify the attractiveness and credibility possessed by a boyband group named Sm*sh, as celebrity endorser for Kartu As among the students of Muhammadiyah University of Yogyakarta. Survey research approach is used as research methodology. The population of this research are the students of Muhammadiyah University of Yogyakarta who had been watch Kartu As advertising on television. One hundred respondents are used in this research as sample. This research utilized questionnaire as data collecting instruments, which are examined with validity and reliability test. Data analyzing method used in this research is descriptive analysis. The result of the research shows that the attractiveness and credibility of Sm*sh, as celebrity endorser for Kartu As are at medium level among the students of Muhammadiyah University of Yogyakarta.*

Keywords: Advertising, Celebrity Endorser, Attractiveness, Credibility.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “IDENTIFIKASI DAYA TARIK DAN KREDIBILITAS *SM*SH* SEBAGAI CELEBRITY ENDORSER *KARTU AS* (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)” sesuai dengan waktu yang diharapkan.

Penyusunan skripsi ini terutama dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak diberi bantuan baik berupa bimbingan, fasilitas, maupun dorongan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan hati maka pada kesempatan yang berbahagia ini penulis penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Hj. Rini Juni Astuti, SE., M.Si., yang telah memberikan bimbingan dan masukan selama penyusunan skripsi ini.
4. Semua dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Teman-teman di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Seluruh keluargaku tercinta, bapak, ibu, kakak dan adikku atas semua do'a, kasih sayang dan supportnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan yang telah membantu hingga selesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun akan diterima dengan senang hati. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi sumbangan pemikiran bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb.

Yogyakarta, 30 Juli 2012

Sigit Purnomo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat Teoritis	5
2. Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Kerangka Teori	6
1. Perilaku Konsumen	6

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	8
3. Periklanan	17
4. Daya Tarik dan Kredibilitas Model Iklan	21
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	27
1. Daya Tarik atau <i>Attractiveness</i>	27
2. Kredibilitas atau <i>Credibility</i>	28
C. Populasi dan Sampel	28
D. Teknik Pengambilan Sampel	29
E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Pengujian Instrumen Penelitian	30
1. Uji Validitas	30
2. Uji Reliabilitas	31
G. Teknik Analisis Data	32
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	34
A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	34
1. Hasil Uji Validitas	34
2. Hasil Uji Reliabilitas	35
B. Analisis Deskriptif	36
1. Variabel Daya Tarik (X_1)	36

2. Variabel Kredibilitas (X_2)	37
C. Pembahasan	37
BAB V PENUTUP	41
A. Kesimpulan	41
B. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.3. Analisis Deskriptif Variabel Daya Tarik (X_1)	36
Tabel 4.4. Analisis Deskriptif Variabel Kredibilitas (X_2)	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Pembelian Model Lima Tahap	6
Gambar 2.2. Sistem Komunikasi Periklanan	18
Gambar 2.3. <i>Hierarchy Effect Model</i>	20