

**PENGARUH PENGGUNAAN SELEBRITI DALAM IKLAN TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

(Studi Kasus Iklan Shampo Pantene Versi Ralin Shah)

***THE EFFECT OF CELEBRITY IN ADVERTISING TO CONSUMER
BUYING INTEREST WITH BRAND IMAGE AS MEDIATION VARIABEL
(Study On Advertising Shampo Pantene Version Ralin Shah)***

SKRIPSI

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



Oleh

SEPTIA DWI LESTARI

20140410037

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

**PENGARUH PENGGUNAAN SELEBRITI DALAM IKLAN TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus Iklan Shampo Pantene Versi Ralin Shah)**

***THE EFFECT OF CELEBRITY IN ADVERTISING TO CONSUMER
BUYING INTEREST WITH BRAND IMAGE AS MEDIATION VARIABEL
(Study OnAdvertising Shampo Pantene Version Ralin Shah)***



Telah disetujui dosen pembimbing

Pembimbing

Asnawi Asdinardju, Drs., M.Si.
NIK : 195907061986011001

Tanggal, 9 Juni 2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Septia Dwi Lestari

Nomor Mahasiswa : 20130410037

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“PENGARUH PENGGUNAAN SELEBRITI DALAM IKLAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus Iklan Shampo Pantene Versi Ralin Shah)”** penelitian inisesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri, untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, atau segala kemungkinan lain pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik. Apabila dikemudian hari diduga kuat diketahui terdapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia mendapatkan sanksi seberatnya berupa pembatalan karya tersebut.

Yogyakarta, 23 Agustus 2017



Materai, 6.000

Septia Dwi Lestari

MOTTO

“Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan Allah adalah pelindung yang terbaik. Allah Maha Penolong dan Pemberi Kemenangan”

“Bertakwalah pada Allah maka Allah akan mengajarimu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu” (QS. Al-Baqarah. 282)

“Jika kamu merasa beruntung, Percayalah do'a Ibumu telah didengar”

*“Visi tanpa tindakan hanyalah sebuah mimpi, tindakan tanpa visi hanyalah membuang waktu, visi dengan tindakan akan **mengubah dunia**” (Joel Arthur Barker)*

*“Sebaik- baiknya manusia adalah yang **berguna bagi sesama**”*

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Bismillahirrahmanirrahim dan syukur alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan mengucapkan syukur yang sangat dalam karya kecil ini saya persembahkan untuk Kedua orang tua saya Bp. Jumono dan Ibu. Mujianah yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a yang terucap dari orang tua. Serta tak lupa kedua Simbah saya dan kedua Kakak saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada saya, untuk sikecil Humaira yang selalu bikin kangen ketika saya berada di Yogyakarta.

Yang kedua saya berterimakasih kepada Irmawan yang selalu memberikan semangat serta tak pernah bosan mengingatkan tentang skripsi saya, serta tak lupa rasa terimakasih ku untuk penghuni kontrakan "Srikandi Pantura" yang selama ini telah memberikan semangat berjuang, mendengarkan keluh kesah tentang manis pahitnya skripsi.

Yang ketiga ucapkan terimakasih kepada Laela Dhea Faisa temen satu bimbingan dan temen seperjuangan pergi pagi pulang malam yang telah memberikan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Yang kelima saya ucapkan terimakasih kepada sahabat – sahabat saya Defi, Uuz, Batrimu, Dewi sri pamungkas, Linda, Nila, Lita, Prita, Adit, Grup Gawol, Anggota KKN 059, M.khadliq, Anita, Lilin, Siwikendan seluruh Angkatan 2013 khususnya jurusan Manajemen jika tidak ada semangat dan dukungan dari kalian semua saya tidak tau akan jadi seperti apa hidup saya.

Dan, untuk ALLAH SWT, karenamu-lah aku bisa menyelesaikan studi
S1 Alhamdulillahirobbil' alamin

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Penggunaan Selebriti dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi” dapat diselesaikan dengan baik.

Penulisan skripsi ini di susun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini agar dapat banyak memberikan masukan dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan serta memberikan masukan bagi peneliti selanjutnya.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatana ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada yang terhormat:

1. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Asnawi Asdinardju, Drs., M.Si. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Para Dosen Fakultas Ekonomi yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi saya.

4. Bapak dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Yogyakarta, 23 Agustus 2017

Septia Dwi Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. LANDASAN TEORI.....	7
B. Temuan Riset Terdahulu.....	17
C. Model Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Obyek dan Subyek Penelitian	22
B. Jenis Data	22
C. Teknik Pengambilan Sampel	22
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Umum Obiek dan Subiek Penelitian	33

1. Sejarah PT. Procter & Gamble (P&G).....	33
2. Gambaran Tentang Iklan Shampo Pantene	34
3. Subjek Penelitian.....	36
B. Hasil Karakteristik Responden Penelitian.....	36
4. Uji Kualitas Instrumen	39
C. HASIL PENELITIAN (Uji Hipotesis).....	43
5. Regresi Linier Berganda.....	43
6. Uji F (Simultan)	48
7. Uji Hipotesis t (Parsial).....	49
8. Uji Analisis Jalur.....	52
D. PEMBAHASAN	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	70
A. Simpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN 1.....	75
LAMPIRAN 2.....	79
LAMPIRAN 3.....	86
LAMPIRAN 4.....	92
LAMPIRAN 5.....	98

DAFTAR TABEL

1.1 Top Brand Indek (TBI) Tahun 2017 katagori shampoo	3
3.1 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.2 Skor Jawaban Responden.....	26
4.1 Rincian Penyebaran Kuesioner	36
4.2 Responden Berdasarkan Umur	37
4.3 Responden Berdasarkan Fakultas	37
4.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Daya Pikat	38
4.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan	39
4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keahlian.....	39
4.7 Hasil Pengujian Validitas Variabel Endorse.....	40
4.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek.....	40
4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Beli.....	41
4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
4.11 Hasil Regresi Berganda Dependent Minat Beli.....	43
4.12 Hasil Regresi Linier Berganda Dependent Citra Merek	44
4.13 Hasil Regresi Linier Sederhana Dependent Citra Merek.....	46
4.14 Hasil Uji F.....	47
4.15 Hasil Uji F.....	48
4.16 Hasil Regresi Persamaan Pertama Daya Pikat dan Citra Merek Terhadap Minat Beli	52
4.17 Hasil Regresi Persamaan Kedua Daya Pikat dan Citra Merek terhadap Minat Beli.....	53
4.18 Hasil Regresi Persamaan Pertama Kepercayaan dan Citra Merek terhadap Minat Beli	54
4.19 Hasil Regresi Persamaan Kedua Kepercayaan dan Citra Merek terhadap Minat Beli	55
4.20 Regresi Persamaan Pertama Keahlian dan Citra Merek terhadap Minat Beli	57
4.21 Regresi Persamaan Kedua Keahlian dan Citra Merek terhadap Minat Beli	58
4.22 Regresi Persamaan Pertama Endorse dan Citra Merek terhadap Minat Beli.....	59
4.23 Regresi Persamaan Pertama Endorse dan Citra Merek terhadap Minat Beli.....	60
4.24 Regresi Perbandingan Nilai Koefisien Regresi dengan Nilai Koefisien Sobel	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Gambar Penelitian.....	21
Gambar 2 Iklan Shampo versi Raline Shah	34
Gambar 3 Iklan Shampoo Versi Raline Shah	35
Gambar 4 Iklan Shampoo Versi Raline Shah	35