

ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO

Oleh

Happy Chaesari Putri

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh variabel Daya Tarik Endorser dan Kredibilitas Endorser terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Vario. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan dan pengguna sepeda motor Honda Vario yang sangat banyak dan tidak dapat diketahui secara pasti (*unpredictable*). Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner ke masyarakat Cilandak Timur. Diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 orang responden. Teknik penentuan sampel menggunakan *Probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F, uji T, dan uji R^2 dengan tingkat kepercayaan 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Daya Tarik Endorser berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian sedangkan variabel Kredibilitas Endorser berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Daya Tarik Endorser dan Kredibilitas Endorser merupakan variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel dan mempunyai taraf signifikansi sebesar 0,000.

Kata kunci : Daya Tarik Endorser, Kredibilitas Endorser, Keputusan Pembelian

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF THE USE OF CELEBRITY
ENDORSER OF THE DECISION TO BUY A MOTORCYCLE
HONDA VARIO**

By

Happy Chaesari Putri

Abstract

The study is done to analysis variable influence of a attractiveness endorser and credibility endorser of the decision to buy a motorcycle Honda Vario. Population in this research is all subscribers and users motorcycle Honda Vario very much and cannot be known exactly (unpredictable). Data obtained by spreading a questionnaire to public cilandak the east. Obtained the number of samples as many as 100 people of respondents. The determination of the sample use sampling techniques of probability with purposive of sampling techniques. The analysis technique used is multiple regression worship and hypothesis test using the f test, T test, and R2 test with level of significance 5%. The result showed that variable attractiveness endorser influential significantly with the resolution of the purchase of the variables credibility endorser influential significantly with the resolution of the purchase. Variable attractiveness endorser and credibility of endorser is variable that affect the decision which has indicated by the value of purchases t-count larger than t-table and have a significance as big as 0,000.

Keywords: Attractiveness Endorser, Credibility Endorser, Purchase Decision