



**ANALISIS PENGARUH IKLAN, *CELEBRITY ENDORSER* DAN
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK
YAMAHA N-MAX DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

MUHAMAD SYHRIR

1320113013

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA**

2017



**ANALISIS PENGARUH IKLAN, *CELEBRITY ENDORSER* DAN
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK
YAMAHA N-MAX DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

MUHAMAD SYAHRIR

1320113013

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA**

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang di rujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhamad Syahrir

NIM : 1320113013

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta,

Yang Menyatakan



Muhamad Syahrir

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Syahrir
NIM : 1320113013
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Analisis Pengaruh Iklan, Celebrity Endorser dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Produk Yamaha N-Max di Jakarta Selatan

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 20 Juni 2017

Yang Menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a green revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila logo at the top right, the text 'METERAI TEMPEL' at the top, the serial number '3P/AR/DF624202873' in the middle, and '6000 ENAM RIBU RUPIAH' at the bottom. A red floral emblem is located at the bottom right of the stamp.

Muhamad Syahrir

PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH IKLAN, CELEBRITY ENDORSER DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK YAMAHA N-MAX DI JAKARTA SELATAN


Dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAMAD SYAHRIR
1320113013

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 20 Juni 2017
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



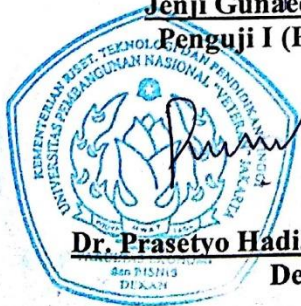
Diana Triwardhani, S.E., M.M.
Ketua Penguji



Jenji Gunaedi, S.E., M.M.
Penguji I (Pembimbing)



Lina Aryani, S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP.
Dekan



Wahyudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 20 Juni 2017



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692858
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2016/2017

Hari ini Selasa, tanggal 20 Juni 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : MUHAMAD SYAHRIR

No.Pokok Mahasiswa : 1320113013

Program : Manajemen Ekstensi S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

ANALISA PENGARUH IKLAN, CELEBRITY ENDOSER DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK YAMAHA N-MAX DI JAKARTA SELATAN

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Pengui

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM	Ketua	
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota I	2.
3	Lina Ariyani, SE, MM	Anggota II **)	3.

Jakarta, 20 Juni 2017

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen Ekstensi S.1

Wahyuudi, SE, MM



Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Analisis Pengaruh Iklan, *Celebrity Endorser* dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Produk Yamaha N-Max di Jakarta Selatan

Oleh

Muhamad Syahrir

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh variabel Iklan, *Celebrity Endorser* dan Citra Merek terhadap Minat Beli pada produk Yamaha N-Max di wilayah Jakarta Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Yamaha N-Max di wilayah Jakarta Selatan. Data yang digunakan adalah data primer dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 168 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dan uji hipotesis menggunakan uji T, uji F dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dari masing-masing variabel iklan, *celebrity endorser* dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Sedangkan secara simultan variabel iklan, *celebrity endorser* dan citra merek juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci : iklan, *celebrity endorser*, citra merek, minat beli.

Analyze The Influence of Advertising, Celebrity Endorser and Brand Image to Consumer Buying Interest On Yamaha N-Max Products in South Jakarta

By

Muhamad Syahrir

Abstract

This research was conducted to analyze the influence of advertisement variable, Celebrity Endorser and Brand Image to Consumer Buying Interest on Yamaha N-Max product in South Jakarta area. Population in this research is Yamaha N-Max user in South Jakarta area. The data used is primary data by distributing questionnaires to respondents. The number of samples used in this study were 168 respondents. Sampling technique using purposive sampling. The analysis technique used in this research is multiple linear regression and hypothesis test using T test, F test and coefficient of determination test (R²). The results showed that partially from each variable of advertisement, celebrity endorser and brand image have significant effect to buying interest. While simultaneously variable of advertisement, celebrity endorser and brand image also have significant effect to consumer buying interest.

Keywords: *advertising, celebrity endorser, brand image, buying interest*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini dapat berjalan dengan baik dan semoga dapat diselesaikan tepat waktu tanpa ada kendala yang berarti. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan februari dengan judul “**Analisis Pengaruh Iklan, Celebrity Endorser dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Yamaha N-Max di Jakarta Selatan**”.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih banyak terimakasih kepada Bapak Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Lina Aryani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan saran serta kritik yang sangat bermanfaat. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada ayah, ibu serta keluarga yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada seseorang yang selalu mendampingi, memberi support, doa dan perhatian yang tidak terhingga dengan selalu mendengarkan keluh kesah penulis. Tidak lupa juga penulis ucapkan terimakasih kepada teman-teman yang turut memberikan kontribusinya dalam penelitian ini. Penulis berharap semoga penelitian ini bermanfaat.

Jakarta, 20 Juni 2017

Muhamad Syahrir

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	5
I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
I.3.1 Tujuan Penelitian	5
I.3.2 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Penelitian Sebelumnya.....	7
II.2. Landasan Teori	9
II.2.1 Iklan	10
II.2.1.1 Definisi Iklan	10
II.2.1.2 Tujuan Periklanan	10
II.2.1.3 Media Periklanan	10
II.2.1.4 Keunggulan Periklanan.....	11
II.2.1.5 Indikator Iklan.....	11
II.2.2 Celebrity Endorser	12
II.2.2.1 Definisi Celebrity Endorser	12
II.2.2.2 Tujuan Celebrity Endorser.....	12
II.2.2.3 Indikator Celebrity Endorser	13
II.2.3 Merek	14
II.2.3.1 Definisi Merek	14
II.2.3.2 Citra Merek	14
II.2.3.3 Indikator Citra Merek	15
II.2.4 Minat Beli	15
II.2.4.1 Definisi Minat Beli	16
II.2.4.2 Indikator Minat Beli.....	16
II.3 Kerangka Pemikiran	16
II.4 Pengembangan Hipotesis	17

BAB III	METODE PENELITIAN	19
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	19
III.1.1	Definisi Operasional	19
III.1.2	Pengukuran Variabel	20
III.2	Populasi dan Sampel	20
III.2.1	Populasi	20
III.2.2	Sampel	21
III.3	Teknik Pengumpulan Data	22
III.3.1	Jenis Data	22
III.3.2	Sumber Data	22
III.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	23
III.4.1	Teknik Analisis Data	23
III.4.1.1	Uji Instrumen Data	23
III.4.1.2	Uji Asumsi Klasik	24
III.4.2	Uji Hipotesis	25
III.4.2.1	Uji T dan Uji F	25
III.4.2.2	Analisis Regresi Berganda	27
III.4.2.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	27
III.5	Kerangka Model Penelitian	28
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	29
IV.1	Hasil Penelitian	29
IV.1.1	Deskripsi Obyek Penelitian	29
IV.1.2	Deskripsi Data Penelitian	31
IV.1.3	Uji Kualitas Data	33
IV.1.3.1	Uji Validitas	33
IV.1.3.2	Uji Reliabilitas	38
IV.2	Analisis dan Uji Hipotesis	40
IV.2.1	Uji Asumsi Klasik	40
IV.2.1.1	Uji Normalitas	40
IV.2.1.2	Uji Heterokedastisitas	42
IV.2.1.3	Uji Multikorelasi	42
IV.2.1.4	Uji Linearitas	43
IV.2.2	Uji Hipotesis	45
IV.2.2.1	Uji T dan Uji F	45
IV.2.2.2	Uji Koefisien Determinasi	46
IV.2.2.3	Model Regresi Berganda	47
IV.3	Pembahasan	48
IV.4	Keterbatasan Penelitian	49
BAB V	PENUTUP	50
V.1	Kesimpulan	50
V.2	Saran	51

DAFTAR PUSTAKA
RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Data Penjualan Yamaha N-Max Tahun 2016	2
Tabel 2.	Matriks Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.	Instrumen Penelitian	20
Tabel 4.	Skala Likert	22
Tabel 5.	Kisi-kisi Instrumen	23
Tabel 6	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	24
Tabel 7	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	30
Tabel 8	Karakteristik Responden Menurut Usia	31
Tabel 9	Butir Pernyataan Variabel Iklan	31
Tabel 10	Butir Pernyataan Variabel Celebrity Endorser	32
Tabel 11	Butir Pernyataan Variabel Citra Merek	32
Tabel 12	Butir Pernyataan Variabel Minat Beli	33
Tabel 13	Validitas Variabel Iklan	34
Tabel 14	Validitas Butir Pertanyaan Variabel Iklan	34
Tabel 15	Validitas Variabel Celebrity Endorser	35
Tabel 16	Validitas Butir Pertanyaan Variabel Celebrity Endorser	35
Tabel 17	Validitas Variabel Citra Merek	36
Tabel 18	Validitas Butir Pertanyaan Variabel Citra Merek	36
Tabel 19	Validitas Variabel Minat Beli	37
Tabel 20	Validitas Butir Pertanyaan Variabel Minat Beli	37
Tabel 21	Reabilitas Variabel Iklan	38
Tabel 22	Reabilitas Variabel Celebrity Endorser	39
Tabel 23	Reabilitas Variabel Citra Merek	39
Tabel 24	Reabilitas Variabel Minat Beli	40
Tabel 25	Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 26	Hasil Uji Multikorelasi	42
Tabel 27	Hasil Uji Linearitas Variabel Iklan	43
Tabel 28	Hasil Uji Linearitas Variabel Selebrity Endorser	44
Tabel 29	Hasil Uji Linearitas Variabel Citra Merek	44
Tabel 30	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)	45
Tabel 31	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	46
Tabel 32	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
Tabel 33	Hasil Uji Regresi Berganda	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Pemikiran	17
Gambar 2.	Kerangka Model Penelitian	28
Gambar 3	Hasil Uji Normalitas	41
Gambar 4	Hasil Uji Heterokedastisitas	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data 30 Responden Variabel Iklan dan Celebrity Endorser
Lampiran 3	Data 30 Responden Variabel Citra Merek dan Minat Beli
Lampiran 4	Data 168 Responden Variabel Iklan dan Celebrity Endorser
Lampiran 5	Data 168 Responden Variabel Citra Merek dan Minat Beli
Lampiran 5	Hasil Pengolahan Deskriptif Variabel Iklan
Lampiran 6	Hasil Pengolahan Deskriptif Variabel Celebrity Endorser
Lampiran 7	Hasil Pengolahan Deskriptif Variabel Citra Merek
Lampiran 8	Hasil Pengolahan Deskriptif Variabel Minat Beli
Lampiran 9	Hasil Olah Data Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Iklan
Lampiran 10	Hasil Olah Data Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Celebrity Endorser
Lampiran 11	Hasil Olah Data Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Citra Merek
Lampiran 12	Hasil Olah Data Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Minat Beli
Lampiran 14	Hasil Uji Normalitas
Lampiran 15	Hasil Uji Multikorelitas
Lampiran 16	Hasil Uji Linearitas
Lampiran 17	Hasil Uji T dan Uji F
Lampiran 18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Lampiran 19	Hasil Uji Regresi Bergan