

TUGAS AKHIR
PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO
DI SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Strata satu

Oleh:

NAMA : GRACE CYNTIA

NPM : 01120150035



FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
SURABAYA

2018



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS
AKHIR**

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya,

Nama Mahasiswa : Grace Cyntia
Nomor Pokok Mahasiswa : 01120150035
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul **"PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO DI SURABAYA"** adalah:

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku-buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 11 Juli 2018

Yang membuat pernyataan


(Grace Cyntia)



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO DI SURABAYA**

Oleh:

**Nama : Grace Cyntia
NPM : 01120150035
Jurusan : Manajemen**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya

Surabaya 3 Agustus 2018

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.

Co- Pembimbing Supervisor

Dr. Ronald S.T., M.M.

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.

Executive Director

Dr. Ronald S.T., M.M.



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada (hari dan tanggal sidang) telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama:

Nama : Grace Cyntia
NPM : 01120150035
Jurusan : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **“PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO DI SURABAYA”** oleh tim penguji yang terdiri dari:

Dewan Penguji	Status	Tanda tangan
Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M	sebagai Ketua Penguji, Pembimbing	
Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M.	sebagai Penguji	
Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M.	sebagai Penguji	



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

IDENTITAS TIM PENGUJI

Judul Proposal Skripsi : PENGARUH CELEBRITY ENDORSER
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE OPPO DI SURABAYA

Nama Mahasiswa : Grace Cyntia
NPM : 01120150035
Jurusan : Manajemen
Peminatan : Kewirausahaan

TIM PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Dr. Amelia SE, RFP-I, MM.
Pembimbing 2 : Dr. Ronald Suryaputra, ST, MM.

TIM PENGUJI

Ketua Tim Penguji : Amelia SE, RFP-I, MM.
Sekretaris : Yanuar Dananjaya, B.Sc, MM.
Anggota : Oliandes Sondakh, SE, MM.

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Ibu Amelia SE, RFP-I, M.M, selaku dosen pembimbing pertama yang telah sabar dan memberikan perhatiannya untuk membimbing saya. Terimah kasih atas waktu dan masukan yang ibu berikan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Ronald Suryaputra ST, M.M., selaku dosen pembimbing kedua yang telah meolong dan memberikan saya saran dalam mengerjakan penelitian ini, sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.
3. Bapak Yanuar Dananjaya, B, Se, M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
4. Para staff pengajar Program Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui suatu kegiatan belajar-mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nanti.
5. Kedua orang tua khususnya Papa, Mama, saudari penulis yaitu Evelyn, serta keluarga besar saya yang telah banyak membantu dan berdoa untuk

kelancaran penulis dalam menyelesaikan tugas-tugas terutama penelitian tugas akhir ini.

6. Sahabat saya Devina Emily, yang telah berjuang bersama dari awal sampai akhir dalam proses serta dalam membantu saya untuk tugas penelitian ini,
7. Pacar saya Mido Cristian, yang telah menemani saya ketika kerja skripsi dan makan siang, yang sering kali mengganggu saya dan memberi semangat. Trimakasih atas doa dan harapan yang telah di berikan.
8. Teman-teman mahasiswa seperjuangan Bella, Daniel, Kefas, Fos, Febry, dan Elisa yang telah memberikan supportnya setiap hari, serta relasi-relasi yang selama ini berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah saling mendukung dan mendoakan agar dapat bersama-sama lulus dengan bangga dan membawa keharuman nama baik Universitas Pelita Harapan Surabaya.
9. Teman-teman CG yaitu Ko Didik, ce Dita, Sylvie, ko Daniel, ce Sella, ko Rizky yang telah mendukung saya agar cepat menyelesaikan skripsi dan memberikan semangat serat mendoakan saya.
10. Teman-teman semasa SMA Yohana, Dessi, dan Lani yang selalu memberikan dukungan kepada saya dan selalu menyemangati saya.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 11 Juli 2018

Grace Cyntia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR IDENTITAS TIM PENGUJI.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS. 12	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Buying Decision</i>	12
2.1.2 <i>Adperception</i>	14
2.1.3 <i>Celebrity Expertise</i>	17
2.1.4 <i>Celebrity Trustworthiness</i>	18
2.1.5 <i>Celebrity Attractiveness</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Pengembangan Hipotesis	23
2.3.1 Pengaruh <i>Celebrity Attractiveness</i> terhadap <i>Adperception</i>	23

2.3.2 Pengaruh <i>Celebrity Trustworthiness</i> terhadap <i>Adperception</i>	24
2.3.3 Pengaruh <i>Celebrity Expertise</i> terhadap <i>Adperception</i>	25
2.3.4 Pengaruh <i>Adperception</i> terhadap <i>Buying Decision</i>	26
2.4 Model Penelitian	28
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.1.1 Jenis Penelitian.....	30
3.1.2 Jenis Data	30
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	31
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
3.5 Metode Analisa Data.....	38
3.5.1 Pengolahan Data	38
3.5.2 Pengujian Hipotesis	39
3.5.2.1 Uji Validitas.....	39
3.5.2.2 Uji Realibilitas.....	40
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik	40
A. Normalitas.....	41
B. Multikolinearitas	41
C. Heteroskedasitas	41
D. Uji Lenearitas.....	42
3.5.2.4 Analisis Linier	43
A. Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>).....	43
B. Regresi Sederhana (<i>Simple Regression</i>)	44
3.5.2.5 Koefisien Korelasi (R).....	44
3.5.2.6 Koefisien Determinasi (R^2)	45
3.5.2.7 Uji F.....	45

3.5.2.8 Uji t	46
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum <i>smartphone</i> OPPO.....	47
4.2 Analisis Data	48
4.2.1 Statistik Deskriptif	48
4.2.1.1 Karakteristik Responden	48
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	49
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.1.4 Tanggapan Responden	51
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	56
4.2.2.1 Penjelasan Responden Terhadap <i>Buying Decision</i>	57
4.2.2.2 Penjelasan Responden Terhadap <i>Adperception</i>	58
4.2.2.3 Penjelasan Responden Terhadap <i>Celebrity Expertise</i>	59
4.2.2.4 Penjelasan Responden Terhadap <i>Celebrity Trusworthiness</i> ...	61
4.2.2.5 Penjelasan Responden Terhadap <i>Celebrity Adperception</i>	62
4.2.3 Uji Validitas	63
4.2.4 Uji Reliabilitas	64
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi	66
4.2.5.1 Uji Normalitas	66
4.2.5.2 Uji Multikolinearitas.....	68
4.2.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	68
4.2.5.4 Uji Linearitas	70
4.3 Metode Analisis Statistik	70
4.3.1 Analisis Regresi	70
4.3.1.1 Analisis Regresi Berganda.....	70
4.3.1.2 Analisis Regresi Sederhana	72
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi.....	73
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	73
4.3.2.2 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	74
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi(R^2).....	74

4.4 Metode Pengujian Hipotesis	75
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	75
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	75
4.5 Pembahasan.....	77
BAB V KESIMPULAN.....	91
5.1 Simpulan	91
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	91
5.1.1.1 Pengaruh <i>Celebrity Attractiveness</i> terhadap <i>Adperception</i>	91
5.1.1.2 Pengaruh <i>Celebrity Trustworthiness</i> terhadap <i>Adperception</i>	92
5.1.1.3 Pengaruh <i>Celebrity Expertise</i> terhadap <i>Adperception</i>	93
5.1.1.4 Pengaruh <i>Adperception</i> terhadap <i>Buying Decision</i>	93
5.1.2 Simpulan atas Masalah Penelitian.....	94
5.2 Implikasi.....	95
5.2.1 Implikasi Teoritis	95
5.2.2 Implikasi Manajerial	95
5.3 Rekomendasi.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN A.....	A-1
LAMPIRAN B.....	B-1
LAMPIRAN C.....	C-1
LAMPIRAN D.....	D-1
LAMPIRAN E	E-1
LAMPIRAN F	F-1

DAFTAR GAMBAR

BAB I

1.1	<i>Celebrity Endorser</i>	4
-----	---------------------------------	---

BAB II

2.1	Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	22
-----	---	----

BAB IV

4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.2	Responden Berdasarkan Usia	50
4.3	<i>Scatterplot Uji Normalitas Aperception</i>	67
4.4	<i>Scatterplot Uji Normalitas Buying Decision</i>	67
4.5	<i>Scatterplot Uji Heterokedastisitas Aperception</i>	69
4.6	<i>Scatterplot Uji Heterokedastisitas Buying Decision</i>	70
4.7	Model Penelitian.....	77

DAFTAR TABEL

BAB I

1.1	<i>Top Five Smartphone</i>	6
1.2	Pertumbuhan <i>Top Five Smartphone</i>	6

BAB III

3.1	Desain Inti Kuisioner	33
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.3	<i>Rules of Thumb</i> Ukuran Koefisien Determinasi	45

BAB IV

4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2	Responden Berdasarkan Usia	50
4.3	Derajat Penelitian Setiap Variabel	51
4.4	Tanggapan Responden terhadap <i>Buying Decision</i>	52
4.5	Tanggapan Responden terhadap <i>Adperception</i>	53
4.6	Tanggapan Responden terhadap <i>Celebrity Expertise</i>	54
4.7	Tanggapan Responden terhadap <i>Celebrity Trustworthiness</i>	55
4.8	Tanggapan Responden terhadap <i>Celebrity Attractiveness</i>	56
4.9	Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Buying Decision</i>	57
4.10	Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Adperception</i>	58
4.11	Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Celebrity Expertise</i>	59
4.12	Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Celebrity Trustworthiness</i>	61
4.13	Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Celebrity Attractiveness</i>	62
4.14	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Buying Decision</i>	63
4.15	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Adperception</i>	64
4.16	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Expertise</i>	64
4.17	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Trustworthiness</i>	64
4.18	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Attractiveness</i>	64
4.19	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Buying Decision</i>	63
4.20	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Adperception</i>	64
4.21	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Celebrity Expertise</i>	64

4.22	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Celebrity Trustworthiness</i>	64
4.23	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Celebrity Attractiveness</i>	64
4.24	Kolmogorov Smirnov 1 (CA,CT,CE*AD)	66
4.25	Kolmogorov Smirnov 2 (AD*BD).....	66
4.26	Nilai Tolerance dan VIF (CA,CT,CE*AD)	68
4.27	Hasil Uji Spearsman's 1 (CA,CT,CE*AD)	69
4.28	Hasil Uji Spearsman's 2 (AD*BD)	70
4.29	Hasil Uji Linearitas.....	71
4.30	Hasil Uji Regresi Berganda (CA,CT,CE*AD).....	71
4.31	Hasil Uji Regresi Sederhana (AD*BD).....	72
4.32	Hasil Analisis Korelasi Determinasi 1 (R^2).....	74
4.33	Hasil Analisis Korelasi Determinasi 2 (R^2).....	74
4.34	Hasil Uji F	75
4.35	Hasil Uji t.....	76
4.36	Hasil Uji Analisis Jalur 1	81
4.37	Hasil Uji Analisis Jalur 2.....	83
4.38	Hasil Uji Analisis Jalur 3.....	84
4.39	Hasil Uji Analisis Jalur 4.....	87
4.40	Hasil Uji Analisis Jalur 5.....	89
BAB IV		
5.1	Implikasi Teoritis.....	95