

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP
DAYA TARIK IKLAN UNTUK
MENINGKATKAN MINAT BELI TOP COFFEE
PADA MASYARAKAT SURABAYA**



OLEH :

**PRAYOGO SETIAWAN
011201000006**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
SURABAYA
2014**



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Nama Mahasiswa : Prayogo Setiawan

Nomor Pokok Mahasiswa : 01120100006

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul **“ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP DAYA TARIK IKLAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI TOP COFFEE PADA MASYARAKAT 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, 2 April 2014

Yang membuat pernyataan



Prayogo Setiawan



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP
DAYA TARIK IKLAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI TOP
COFFEE PADA MASYARAKAT SURABAYA**

Oleh :

Nama : Prayogo Setiawan

NPM : 01120100006

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, 2 April 2014

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Ronald ST., M.M.

Ketua Jurusan Manajemen

Ronald ST., M.M.

Co-Pembimbing/Supervisor

Amelia SE, RFP-I, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Louie Divinagracia




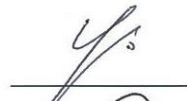

UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada Selasa, 10 Desember 2013 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 : Prayogo Setiawan
NPM : 01120100006
Jurusan : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP DAYA TARIK IKLAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI TOP COFFEE PADA MASYARAKAT SURABAYA” oleh tim penguji yang terdiri dari :

Dewan Penguji	Status	Tanda tangan
Ronald ST., M.M.	sebagai Ketua, Pembimbing	
Yanuar Dananjaya, B.Sc, MM	sebagai Penguji	
Hananiel Mennoverdi Gunawan, BA., MBA	sebagai Penguji	

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin memanjatkan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya atas berkat Tuhan Yesus Kristus yang selama ini senantiasa membimbing dan menuntun setiap langkah yang dicapai oleh penulis hingga akhirnya penulis diberikan kesempatan besar untuk menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya. Adapun judul dari tugas akhir ini yaitu: **“ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP DAYA TARIK IKLAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI TOP COFFEE PADA MASYARAKAT SURABAYA”**.

Penulis meyakini bahwa segala bentuk pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik ataupun segala jenis masukan yang sekiranya bersifat membangun dari semua pihak untuk memperbaiki penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga sangat ingin memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah senantiasa membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Khususnya ucapan terima kasih ini ditujukan kepada

1. Prof. Louie Divinagracia, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Bapak Ronald Suryaputra, S.T., M.M selaku dosen pembimbing utama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, nasihat, dan waktu, serta memacu penulis untuk terus berusaha dari awal hingga akhir penelitian ini bisa terselesaikan. Dan juga terima kasih telah menjadi dosen wali penulis dari awal penulis memulai jenjang perkuliahan hingga akhir dari perkuliahan.
3. Ibu Amelia, S.E., RFP-I, M.M sebagai dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan perhatian dan saran-saran serta mengajarkan teknik penulisan yang benar sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Seluruh staff pengajar program Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan dan mengajarkan kepada penulis akan ilmu-ilmu melalui kegiatan belajar-mengajar dengan dasar pemikiran yang baik dan benar sehingga diharapkan sekali berguna bagi penulis untuk bekal setelah lulus nanti.
5. Para responden, yakni konsumen dari Top Coffee yang berdomisili di Surabaya, yang telah bersedia untuk membantu mengisi kuisisioner, sehingga data yang diperoleh penulis telah terpenuhi.
6. Kedua orang tua tercinta Bapak Tjung Sanjaya Setiawan dan Ibu Lim Syanni Setiawan yang telah senantiasa membantu dan memompa semangat dari penulis untuk terus berjuang hingga akhir. serta mendukung

dan berdoa dengan segenap hati setiap hari agar penulis diberikan kekuatan untuk mampu menyelesaikan penelitian ini hingga akhir.

7. Terima kasih sebesar-besarnya kepada Yoana Marsella Winardy yang memberi dukungan terbesar kepada penulis untuk menyelesaikan jenjang perkuliahan hingga tuntas dan juga tentunya sampai penelitian ini terselesaikan.
8. Terima kasih sebesar-besarnya juga kepada para teman-teman terdekat Anthony Halim, Alphonsius James Ponco Wicaksono, Stephen Andrew Lukito Arief, dan Kevin Izel Changgih. Yang sering merelakan waktunya untuk menemani penulis mengetik tugas akhir hingga selesai.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan di Universitas Pelita Harapan Jan Michael Liando, Victor Loekito, Novita Afaratu, Yanson Tedjakusuma, Ivan Santoso Rudy, Moch.Reza Rahmansyah yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam proses menyelesaikan studi perkuliahan yang bertubi-tubi ini.
10. Seluruh teman-teman sekelas Manajemen tahun ajaran 2010 yang telah berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-satu yang telah membantu penulis selama hampir 4 tahun proses perkuliahan di Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Hanya doa dan ucapan terima kasih yang mampu penulis balaskan kepada seluruh kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, dan saudara sekalian. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topic yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat bagi penyempurnaan selanjutnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 <i>Celebrity Endorsement</i>	7
2.1.2 Daya Tarik Iklan (<i>Advertising Appeal</i>).....	11
2.1.3 Minat Beli	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	16
2.3.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap daya tarik iklan.....	16
2.3.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap minat beli	17
2.3.3 Pengaruh daya tarik iklan terhadap minat beli	17
2.4 Model Penelitian.....	18

2.5	Bagan Alur.....	19
-----	-----------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	20
3.2	Populasi dan Sampel.....	20
3.2.1	Populasi	20
3.2.2	Sampel	20
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	21
3.2.4	Metode Pengambilan Sampel	21
3.2.5	Karakteristik Sampel	21
3.2.6	Ukuran Sampel	21
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	22
3.3.1	Jenis Data.....	22
3.3.2	Sumber Data	23
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
3.4.1	Variabel Bebas (X)	23
3.4.2	Variabel Terikat (Y) adalah Minat Beli	24
3.4.3	Skala Pengukuran	24
3.5	Teknik Analisis Data	25

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum.....	30
4.1.1	Company Profile	30
4.1.2	Profil Responden.....	31
4.2	Analisis Data	33
4.2.1	Statistik Deskriptif	34
4.2.2	Hasil Pengujian Kualitas Data	37
4.2.3	Hasil Pengujian Hipotesis	49
4.3	Pembahasan	51

BAB V KESIMPULAN

5.1	Simpulan	58
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis	58
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	59
5.2	Implikasi.....	60
5.2.1	Implikasi Teoritis	60
5.2.2	Implikasi Manajerial	62
5.3	Rekomendasi	64

DAFTAR PUSTAKA	65
-----------------------------	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Goodness-of-Fit Index.....	29
Tabel 4.1	Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.2	Tabel Responden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 4.3	Derajat Penelitian Setiap Variabel.....	34
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif.....	34
Tabel 4.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model.....	38
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas Data.....	38
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif z-score.....	39
Tabel 4.8	Mahalanobis Distance.....	40
Tabel 4.9	Nilai Faktor Loading.....	43
Tabel 4.10	Uji Bobot Faktor Konstruk Eksogen.....	43
Tabel 4.11	Nilai Faktor Loading Konstruk Endogen.....	45
Tabel 4.12	Uji Bobot Faktor Konstruk Endogen.....	45
Tabel 4.13	Indeks Pengujian Kelayakan.....	46
Tabel 4.14	<i>Regression Weight Full Structural Equation Model</i>	47
Tabel 4.15	Hasil Standard Loading Data.....	48
Tabel 4.16	Hasil Measurement Error Data.....	48
Tabel 4.17	Perhitungan Realibilitas Data.....	48
Tabel 4.18	Hasil Square <i>Standardized Loading Data</i>	49
Tabel 4.19	Perhitungan <i>Variance Extracted Data</i>	49
Tabel 4.20	Perbandingan <i>Reliability</i> Dan <i>Variance Extracted Data</i>	49
Tabel 4.21	Hasil Uji Hipotesis.....	51
Tabel 5.1	Implikasi Teoritis.....	61
Tabel 5.2	Implikasi Manajerial.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian.....	18
Gambar 4.1	Responden Berdasarkan Usia.....	32
Gambar 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Gambar 4.3	Responden Berdasarkan Pernah Atau Tidak Menonton Iklan Top Coffee versi Iwan Fals.....	33
Gambar 4.4	Confirmatory Analysis Exogenous.....	42
Gambar 4.5	Confirmatory Analysis Endogenous.....	44
Gambar 4.6	Full Structural Equation Model.....	46