



**PENGARUH PENGGUNAAN ENDORSER SELEBRITIS
KRYSTAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK
KECANTIKAN ETUDE HOUSE**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Strata I (S1) Komunikasi Bidang Studi Marketing
Communication and Advertising**

**UNIVERSITAS
Disusun oleh :
MERCU BUANA
DEWI NURHAYATI**

44311110080

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA 2015**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN ENDORSER
SELEBRITIS KRYSTAL TERHADAP MINAT BELI
PRODUK KECANTIKAN ETUDE HOUSE**

Nama : Dewi Nurhayati

NIM : 44311110080

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan

Jakarta, 9 Januari 2016

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN ENDORSER
SELEBRITIS KRYSTAL TERHADAP MINAT BELI
PRODUK KECANTIKAN ETUDE HOUSE**

Nama : Dewi Nurhayati

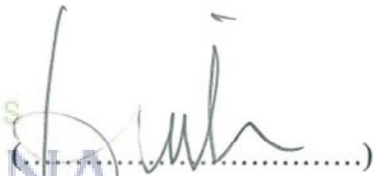
NIM : 44311110080

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan

Jakarta, 9 Januari 2016

Ketua Sidang,
Tri Diah Cahyowati, M.Si



(.....)

Penguji Ahli,
Drs Dadan Iskandar, M.Si



(.....)

Pembimbing I,
(Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd, M,Si)



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN ENDORSER
SELEBRITIS KRYSTAL TERHADAP MINAT BELI
PRODUK KECANTIKAN ETUDE HOUSE**

Nama : Dewi Nurhayati

NIM : 44311110080

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan

Jakarta, 9 Januari 2016

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing



(Dr. Yoyoh Hereyah.,M.Si)

**Ketua Bidang Studi Marketing
Komunikasi dan Pemasaran**



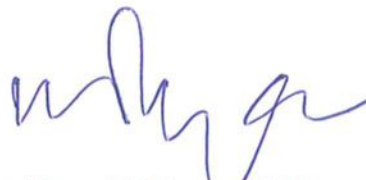
(Dr. Yoyoh Hereyah.,M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

**Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi**



(Dr. Ahmad Mulyana.,M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah Yang Maha Kuasa, atas segala karunia yang telah diberikan penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul Pengaruh Penggunaan Endorser Selebriti Krystal terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Etude House.

Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu prasyarat dalam menyelesaikan skripsi bagi mahasiswa/I fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Marketing Komunikasi dan Periklanan Universitas Mercu Buana Jakarta untuk mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1).

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan yang sangat besar dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Yoyoh Hereyah, S.Pd, M.Si selaku kepala Program Studi Marketing Communication and Advertising Universitas Mercu Buana dan dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar memberikan ilmunya guna membantu penulis dalam menyusun skripsi
2. Orang tua penulis, Bapak Yunus dan Ibu Helen serta adik-adik Nisa, Dian, Aldi yang selalu memberikan dukungan, perhatian, serta doa dan cintanya kepada penulis

3. Semua dosen Markting Komunikasi dan Periklanan yang sudah membagi imulnya kepada penulis dari semester awal hingga semester akhir, terima kasih banyak atas bantuannya.
4. Ibu Maria Magdalena Dwitha selaku manager penulis di tempat kerja yang selalu memberikan support dan dukungannya setiap saat
5. Seluruh team di Dept HR&GA PT ABC President Indonesia, Ibu Mesra, Ibu Raichani, Bapak Ferza yang setia mengingatkan setiap waktu untuk kuliah.
6. Teman-teman terbaik yang selalu memberikan semangat dari awal semester hingga akhir semester, Shella, Frena, Rahayu Sasmi, Sandra, Rika, Yuni dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan, terima kasih atas bantuannya selama ini.
7. Terima kasih untuk Saudara penulis ii Ayu dan Rina yang selalu menjadi penghibur dengan pembicaraan yang seru disaat mengerjakan skripsi.
8. Teman-teman yang sudah mau meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner skripsi penulis hingga akhirnya skripsi ini selesai
9. Dan semua pihak yang tidak tersebutkan namanya satu persatu.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Akhirnya penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bimbingan, dan dorongan serta kemurahan hati dari semua pihak, semoga mendapatkan anugerah dari Allah SWT.

Jakarta 10 Desember 2015

Hormat Saya

Penulis



Daftar Isi

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
ABSTRAKSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
BAB I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II Tinjauan Pustaka	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kerangka Teori	16
2.2.1 Komunikasi	16
A. Tujuan Komunikasi	17

B. Fungsi Komunikasi	18
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	18
2.2.3 Selebriti Endorser	22
A. Definisi Selebriti Endorser	22
B. Tugas dan Fungsi Endorser	24
C. Jenis Endorser	26
D. Karakteristik Selebriti Endorser	28
E. Faktor – Faktor Penggunaan Endorser	32
F. Masalah Dalam Penggunaan Selebriti Endorser	35
2.2.4 Minat Beli	37
A. Definisi Minat Beli	37
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	40
C. Indikator Minat Beli	41
D. Minat Pembelian Ulang (<i>Future Intention</i>)	42
2.2.5 Teori S-O-R	43
2.2.6 Hipotesa Penelitian	46

BAB III Metodologi Penelitian

3.1	Sifat atau jenis penelitian	48
3.2	Metode Penelitian	48
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	49
3.3.1	Populasi Penelitian	49
3.3.2	Sample Penelitian	50
3.4.	Teknik Pengambilan Sampel	51
3.5	Definisi Konsep dan Operasinalisasi Konsep	52
3.5.1	Definisi Konsep	52
3.5.2	Operasional Konsep	52
3.6	Teknik Analisis Data	56
3.6.1	Uji Validitas	56
3.6.2	Uji Reliabilitas	59
3.6.3	Uji Korelasi	60
3.7	Teknik Pengumpulan Data	62
3.8	Teknik Analisis Data	63
3.9	Hipotesa Statistik	64

BAB IV Hasil dan Pembahasan

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	65
4.2	Gambaran Umum Produk	66
4.3	Hasil Penelitian	67
4.3.1	Uji Validitas	67
4.3.2	Uji Realibilitas	69
4.3.3	Evaluasi Pertanyaan Pengaruh Penggunaan Endorser Selebriti Krystal	70
4.3.4	Rekapitulasi	89
4.3.5	Uji Hipotesis	91
4.3.6	Uji Korelasi	92
4.3.7	Koefisien Determinasi	94
4.3.8	Koefisien Regresi Linear	95
4.4	Pembahasan	97

BAB V Penutup

5.1	Kesimpulan	98
-----	------------	----

5.2	Saran	99
5.2.1	Saran Akademis	99
5.2.1	Saran Praktis	100
Daftar Pustaka		101
LAMPIRAN		



Daftar Tabel

Tabel 1.1	Perbandingan Kosmetik Korea di Indonesia	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1	Operasional Konsep	54
Tabel 3.2	Skala Likert	58
Tabel 3.3	Table standarisasi pengukuran melalui Croanbach Alpha	60
Tabel 3.4	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	61
Tabel 4.1	Hasil Pengujian Validitas	68
Tabel 4.2	Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.3	Pernyataan Kejujuran	70
Tabel 4.4	Pernyataan Konsisten	71
Tabel 4.5	Pernyataan Ketulusan	72
Tabel 4.6	Pernyataan Pengetahuan	73
Tabel 4.7	Pernyataan Keterampilan	74
Tabel 4.8	Pernyataan Pengalaman	75
Tabel 4.9	Pernyataan Daya Tarik	76
Tabel 4.10	Pernyataan Ketampanan/kecantikan	77

Tabel 4.11	Pernyataan Modis	78
Tabel 4.12	Pernyataan Prestasi	79
Tabel 4.13	Pernyataan Populer	80
Tabel 4.14	Pernyataan Reputasi	81
Tabel 4.15	Pernyataan Kesamaan Umur	82
Tabel 4.16	Pernyataan Kesamaan Kelas	83
Tabel 4.17	Pernyataan Kesamaan Gender	84
Tabel 4.18	Pernyataan Minat Transaksional	85
Tabel 4.19	Pernyataan Minat Refrensial	86
Tabel 4.20	Pernyataan Minat Preferensial	87
Tabel 4.21	Pernyataan Minat Eksploratif	88
Tabel 4.22	Rekapotulasi	89
Tabel 4.23	Uji Korelasi	92
Tabel 4.24	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	93
Tabel 4.25	Koefisien Determinasi	94
Tabel 4.26	Koefisien Regresi Linear	95