

**PENGARUH PENGGUNAAN CELEBRITY ENDORSER PADA IKLAN
TELEVISI TERHADAP BRAND IMAGE PRODUK PONDS FLAWLESS WHITE**

SKRIPSI

Nama : Dienna Puspitasari

NIM : 43105110299



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FAKULTAS EKONOMI**

KELAS KARYAWAN UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2010

**PENGARUH PENGGUNAAN CELEBRITY ENDORSER PADA IKLAN
TELEVISI TERHADAP BRAND IMAGE PRODUK PONDS FLAWLESS WHITE**

SKRIPSI

Nama : Dienna Puspitasari

NIM : 43105110299



**UNIVERSITAS
FAKULTAS EKONOMI
MERCU BUANA
KELAS KARYAWAN UNIVERSITAS MERCUBUANA**

JAKARTA

2010

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dienna Puspitasari

NIM : 43105110299

Program Studi : Manajemen- S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Februari 2010

Materai Rp 6000,00

(.....)

NIM : 43105110299

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dienna Puspitasari

NIM : 43105110299

Program Studi : Manajemen-S1

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Pada

Iklan Televisi terhadap Brand Image Produk Ponds Flawless

White

Tanggal Lulus Ujian : 17 Februari 2010

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dra. Yuli Harwani, MM)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(Dra. Yuli Harwani, MM)

(Arief Bowo Prayoga K, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Pada Iklan Televisi

terhadap Brand Image Produk Ponds Flawless White

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Dienna Puspitasari

43105110299

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

(Dra. Yuli Harwani, MM)

Anggota Dewan Penguji

(Luna Haningsih, SE, ME)

Anggota Dewan Penguji

(Hesti Maheswari, SE, M.Si)

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera,

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kasih dan penyertaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Mercubuana Jakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak menerima kendala dan hambatan, namun berkat doa dan usaha akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Semua usaha ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari pihak-pihak yang langsung maupun tidak langsung di dalamnya. Oleh karena itu, dalam kesempatan yang baik ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa dan semangat serta bimbingan kepada penulis.
2. Dra. Yuli Harwani, MM selaku Dekan Universitas Mercubuana, Jakarta.
3. Arief Bowo Prayoga K, SE, MM selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen, Universitas Mercubuana, Jakarta.
4. Dra. Yuli Harwani, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan Bimbingan kepada penulis selama ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberkan bimbingan dan pendidikan kepada penulis.
6. Seluruh teman-teman saya di PT Business System International yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada sumber inspirasiku Rumbi Lahari S dan juga semua teman-temanku yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta bantuannya sehingga skripsi ini dapat selesai.

Dengan segala daya dan upaya penulis kerahkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam membuat skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, untuk itu kritik dan saran dari para pembaca sangat penulis harapkan agar skripsi ini dapat menjadi lebih sempurna., Terimakasih.

Salam Sejahtera

Jakarta, Januari 2010

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5

BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Pemasaran	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Bauran Pemasaran	8
2.2. Marketing Communication	11
2.2.1 Pengertian Marketing Communication	11
2.2.2 Marketing Communication Mix	12
2.3 Celebrity Endorser	13
2.3.1 Pengertian Celebrity Endorser	14
2.3.2 Komponen Endorser	17
2.4 Brand	19
2.4.1 Pengertian Brand	19
2.4.2. Brand Image	21
2.4.3. Brand Equity	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Obyek Penelitian	30
3.2. Gambaran Objek Penelitian	30
3.2.1 Sejarah Singkat Objek Penelitian	31
3.2.2. Struktur Organisasi	34
3.3. Metode Penelitian	35

3.3.1 Variabel dan Pengukurannya	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1 Metode Field Research	39
3.4.2 Metode Library Research	39
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	40
3.4.4. Sampel	41
3.5 Metode Analisis Data	41
3.5.1 Uji Validitas	42
3.5.2 Uji Reliabilitas	44
3.5.3 Uji Korelasi Instrumen	44
3.5.4. Uji Regresi Instrumen	45
3.5.5 Persamaan Regresi Linear	46
3.6. Skala Pengukuran	47
3.7. Teknik Pengolahan Data	47
3.7.1 Pengujian secara parsial	47
3.7.2 Pengujian Secara Simultan	48
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	 48
4.1 Karakteristik Responden	49
4.2 Uji Instrumen Penelitian	60
4.3 Statistik Deskriptif	68

4.4 Pengujian Parsial	71
-----------------------------	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	73
5.2 Saran	74



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Celebrity Endorser	36
Tabel 3.2 Variabel Brand Image	38
Tabel 3.3 Tabel Pedoman Koefisien Korelasi	45
Tabel 3.4 Ukuran Skala Likert	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	53
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran	54
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	55
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Perawatan Kulit Wajah	56
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	57
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Budget	58
Tabel 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi	59
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Reliabilitas	61
Tabel 4.14 Pengujian Validitas untuk Credibility	62
Tabel 4.15 Pengujian Validitas untuk Attractiveness	63

Tabel 4.16 Pengujian Validitas untuk Power.....	64
Tabel 4.17 Pengujian Validitas untuk Recognition	65
Tabel 4.18 Pengujian Validitas untuk Reputation	66
Tabel 4.19 Pengujian Validitas untuk Afinity	66
Tabel 4.20 Pengujian Validitas untuk Domain	67
Tabel 4.21 Statistik Deskriptif	68
Tabel 4.22 Hasil Pengujian	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Component of Brand Image	24
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Correlation Validitas Credibility

Lampiran 2 : Uji Hipotesis

Lampiran 3 : Hasil Olahan Data SPSS Versi 15

Lampiran 4 : Kuisioner

