

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND ASSOCIATION*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *LUWAK WHITE KOFFIE***

**Studi Kasus Pada Iklan *Luwak White Koffie* Versi Lee Min Ho di
Universitas Mercu Buana Kampus Menteng**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : MarlisaAnjani

NIM : 43112110272

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Marlisa Anjani
NIM : 43112110272
Program Studi : Strata 1 Program Ekonomi Manajemen
Judul : Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Association*
Terhadap Keputusan Perambelian *Luwak White Koffie*
(Studi Kasus Pada Iklan *Luwak White Koffie* Versi Lee
Min Ho di Universitas Mercu Buana Kampus Menteng)

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi adalah hasil dari jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, Februari 2017



Marlisa Anjani

NIM: 43112110272

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Marlisa Anjani
NIM : 43112110272
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Proposal : Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Association* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Luwak White Koffie* (Studi Kasus Pada Iklan *Luwak White Koffie* Versi Lee Min Ho di Universitas Mercu Buana Kampus Menteng).

Tanggal Lulus Ujian : 16 Maret 2017

Disahkan Oleh:

Pembimbing



Zulfitri, M.Si., MM

Tanggal: 21/3

Ketua Penguji,



Tri Wahyono, SE., MM

Tanggal: 20-03-2017

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal: 21/3/2017

Ketua Program

S1 Manajemen



Dudi Permana, Ph.D

Tanggal: 21/3/2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Association* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Luwak White Koffie* (Studi Kasus Pada Iklan *Luwak White Koffie* Versi Lee Min Ho Di Universitas Mercu Buana Kampus Menteng)**. Skripsi merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusun skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bpk. Zulfitri, M.Si., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Orang tua tercinta, yaitu Sukarja dan Sugiarti, yang telah memberikan doa, cinta, kasih sayang, dukungan dan semangat dalam hidup penulis di setiap waktu.
6. Keluarga Besar Adik Kandung tercinta Feni Jayanti dan M. Ridwan Saputra untuk dukungan, doa sampai saat ini dan yang memberikan semangat dikala *mood* penulis menurun.
7. Sahabat-sahabat saya tercinta Astryni Aprilia, Yuliani, Nur Ismawati, Riske Aprilia, Edy Purwanto, Galih Dipta Permana, Mohammad Syah Reza, Puji

Nugraha yang selalu setia dalam suka dan duka selama menjalani perkuliahan.

8. Teman-teman Manajemen Angkatan XXI, yang telah memberikan berbagai warna semenjak semester pertama. Sukses untuk kita semua.
9. Rekan kerja di PT Putra Surya Internusa, untuk dukungan dan semangat kepada penulis.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat. Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengucapkan mohon maaf atas kekurangan yang ada pada skripsi ini dan berharap semoga dapat diperbaiki pada waktu mendatang baik oleh penulis sendiri maupun penulis lainnya sehingga ilmu dapat terus dikembangkan dan disempurnakan.



Jakarta, Februari 2017

Marlisa Anjani

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPS.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	8
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Kontribusi Penelitian.....	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka.....	11
1. Pemasaran.....	11
a. Pengeertian Pemasaran.....	11
b. Konsep Pemasaran.....	11
2. Komunikasi Pemasaran.....	12
a. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	12
b. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	13
3. Periklanan.....	14
a. Pengertian Periklanan.....	14
b. Tujuan Periklanan.....	15
c. Sasaran Periklanan.....	15
d. Fungsi-Fungsi Periklanan.....	16
4. Endorser.....	17
a. Pengertian Endorser.....	17
b. Jenis-Jenis Endorser.....	18
c. Atribut Endorser.....	18
5. Faktor Pertimbangan Perusahaan Dalam Memilih Selebriti.....	21
a. Selebriti Untuk Mendukung Suatu Produk.....	21
b. Fungsi dan Manfaat Selebriti Dalam Mendukung Suatu Produk.....	22
6. Brand Association.....	23

7. Keputusan Pembelian.....	26
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	26
b. Proses Pembelian Konsumen.....	32
c. Jenis Pembelian.....	35
B. Penelitian Terdahulu.....	38
C. Rerangka Pemikiran.....	41
D. Hipotesis.....	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan tempat Penelitian.....	44
B. Desain Penelitian.....	44
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	45
D. Skala Pengukuran.....	48
E. Populasi dan Sample Penelitian.....	49
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
G. Metode Analisis Data.....	52
1. Statistik Deskriptif.....	52
2. Uji Kualitas Intrumen Penelitian.....	52
a. Uji Validitas.....	52
b. Uji Reliabilitas.....	53
3. Uji Asumsi Klasik.....	54
a. Uji Normalitas.....	54
b. Uji Multikolinieritas.....	54
c. Uji Heteroskedastisitas.....	55

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
5. Uji Hipotesis.....	57
a. Uji Koefisien Determinasi.....	57
b. Uji Simultan (Uji f)	58
c. Uji Parsial (Uji t).....	58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	59
1. Sejarah Perusahaan.....	59
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	60
3. Produk.....	60
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	61
C. Hasil Uji Kualitas Instrumen Penelitian dan Uji Asumsi Klasik.....	64
1. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	64
a. Uji Validitas Data.....	65
b. Uji Reliabilitas.....	68
2. Uji Asumsi Klasik.....	69
a. Uji Normlitas Data.....	70
b. Uji Heterokedastisitas.....	71
c. Uji Multikolinearitas.....	73
D. Pengujian Hipotesis.....	73
1. Analisis Regresi Berganda.....	74
2. Koefisien Determinasi (R Square).....	75

3. Uji f.....	76
4. Uji t.....	77
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
2. Pengaruh <i>Brand Association</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
Tabel 1.1	Market Share Industri White Coffee.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.2	Skala Likert.....	49
Tabel 4.1	Karakteristik Identitas Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	61
Tabel 4.2	Karakteristik Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.3	Karakteristik Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4.4	Karakteristik Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	64
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Celebrity Endorser</i>	65
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Barnrd Association</i>	66
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4.8	Hasul Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	75
Tabel 4.11	Hasil Uji Statistik f.....	76
Tabel 4.12	Hasil Uji Statistik t.....	77

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
Gambar2.1	Model Rerangka Konseptual Pemikiran.....	41
Gambar4.1	Grafik P-P Plot of UjiReliabilitas residual.....	70
Gambar4.2	Grafik Histogram.....	71
Gambar4.3	Uji Heterokedastisitas.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner.....	86
Lampiran 2	Hasil Kuesioner.....	91
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas.....	94
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas.....	107
Lampiran 5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	111
Lampiran 6	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	113
Lampiran 7	Hasil Uji Hipotesis.....	114

