

**PENGARUH ENDORSER SELEBIRITI TERHADAP NIAT
BELI PRODUK HIJAU PADA IKLAN WARDAH**



SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

HERFIT SUSANTO

B 100110 225

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :
**“PENGARUH ENDORSER SELEBIRITI TERHADAP NIAT BELI
PRODUK HIJAU PADA IKLAN WARDAH“**

Yang disusun oleh :

HERFIT SUSANTO

B 100 110 225

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk
diterima.

Surakarta, 26 Juni 2018

Pembimbing Utama



(Rini Kuswati, SE., M.Si)

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**



(Dr. Syamsudin, SE, M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH ENDORSER SELEBRITI TERHADAP NIAT BELI PRODUK
HIJAU PADA IKLAN WARDAH

Oleh :

HERFIT SUSANTO

B100110225

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 7 Juni 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan penguji:

1. **Ahmad Mardalis, S.E., MBA.**
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Dra. Wuryaningsih DL, M.M.**
(Sekretaris Dewan Penguji)
3. **Rini Kuswati, S.E., M.Si**
(Anggota Dewan Penguji)

(.....
.....
.....)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Syamsudin, M.M)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : HERFIT SUSANTO
NIM : B100110225
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH ENDORSER SELEBRITI TERHADAP NIAT
BELI PRODUK HIJAU PADA IKLAN WARDAH

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 19 Mei 2018

Yang membuat pernyataan



(HERFIT SUSANTO)

MOTTO

“Dan janganlah kamu berputus asa daripada rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa daripada rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur.”

(Q.S. Yusuf: 87)

Jangan menyerah atas impianmu, impian memberimu tujuan hidup. Ingatlah, sukses bukan kunci kebahagiaan, kebahagiaanlah kunci sukses.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap mahluk, tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna. Semoga dari awal proses sampai karya ini selesai dapat memberikan amalan bagi kita semua.
2. Khatamul Anbiya Muhammad SAW, semoga sholawat dan salam selalu tercurah kepada beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
3. Orang tua saya yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, motivasi yang sangat besar sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah ini.
4. Sahabat–sahabatku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah sekalian.

ABSTRACT

Analysis of this research about the influence of Endorse Selebriti Against Consumer Buying In Wardah Ads with Green Products. Endorse celebrity elements used consist of trust, expertise and attractiveness. Samples taken in the study were 100 respondents. The analysis method used is multiple linear regression analysis, validity and reliability test. Based on the results of the analysis found it can be explained that endorse celebrity beliefs, endorse celebrity expertise, and endorse celebrity appeal have a positive and significant influence on consumer attitudes and consumer attitudes also have a positive and significant impact on consumer buying intentions.

Key words: Celebrity Trust Endorse, Endorse Celebrity Expertise, Endorse Celebrity Endurance, Consumer Attitude, Consumer's Buying intentions

ABSTRAK

Analisis penelitian ini tentang pengaruh Endorse Selebriti Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Iklan Wardah dengan Produk Hijau. Elemen selebriti endorse yang digunakan terdiri dari kepercayaan, keahlian dan daya tarik. Sampel yang diambil dalam studi tersebut sebanyak 100 responden. Metode analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil analisis yang ditemukan maka dapat dijelaskan bahwa kepercayaan selebriti endorse, keahlian selebriti endorse, dan daya tarik selebriti endorse memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap konsumen dan sikap konsumen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen.

Kata kunci: Kepercayaan Selebriti Endorse, Keahlian Selebriti Endorse, Daya Tarik Selebriti Endorse, Sikap Konsumen, Niat beli konsumen

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Endorser Selebriti Terhadap Niat Beli Produk Hijau Pada Iklan Wardah”**.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Dr. Syamsudin, SE, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, SE., M.Si., Ph.D, selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imron Rosyadi, SE., M.Si, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan selama penulis menempuh studi.
4. Ibu Rini Kuswati, SE.,M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan selama penulisan dalam menempuh skripsi.
5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.

6. Ibu dan ayah tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil. Terima kasih untuk semua, motivasi, bimbingan, kerja keras dan pengorbanan yang telah dilakukan.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 26 Juni 2018

Penulis

Herfit Susanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Perilaku Pembelian Produk Hijau (Ramah Lingkungan).....	10
B. Niat Beli Konsumen.....	10
C. Endorser Selebriti.....	15
D. Sikap Konsumen	19
E. Penelitian Terdahulu	22
F. Kerangka Berfikir.....	31
G. Hipotesis.....	32
1. Hubungan Kepercayaan Endorser Selebiriti (Trustworthiness Celebrity Endorser) Terhadap Sikap Konsumen.....	32

	2. Hubungan Keahlian Endorser Selebriti (Expertise Celebrity Endorser) Terhadap Sikap Konsumen.....	34
	3. Hubungan Daya Tarik Endorser Selebriti (Attractiveness Celebrity Endorse) Terhadap Sikap Konsumen.....	35
	4. Hubungan Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli	36
BAB III	METODA PENELITIAN	38
	A. Desain Penelitian.....	38
	B. Definisi Variabel Operasional.....	39
	C. Populasi dan Sampel	43
	D. Data Dan Sumber Data.....	43
	E. Metode Pengumpulan Data	44
	F. Metode Analisis Data	45
	1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
	2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
	3. Uji t.....	47
	4. Uji F.....	47
	5. Koefisien Determinan (R ²).....	48
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	49
	A. Diskripsi Responden	49
	B. Analisis Data	53
	1. Uji Validitas.....	53
	2. Uji Reliabilitas	55
	3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
	4. Uji t.....	59
	5. Uji F.....	60
	6. Koefisien Determinan (Adjusted R ²)	60
	C. Pembahasan.....	61
	1. Pengaruh Kepercayaan Selebriti Endorser Terhadap Sikap Konsumen	61

2. Pengaruh Keahlian Selebriti Endorser Terhadap Sikap Konsumen.....	63
3. Pengaruh Daya Tarik Selebriti Endorser Terhadap Sikap Konsumen	64
4. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Konsumen.....	65
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Diskripsi Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	Diskripsi Pekerjaan	51
Tabel 4.3	Diskripsi usia.....	52
Tabel 4.4	Diskripsi Pendapatan per bulan.....	53
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.7	Hasil Analisis Regresi (Pengaruh Elemen Selebriti Endorse Terhadap Sikap Konsumen (Y1)	56
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi (Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Konsumen)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 KerangkaBerfikir.....	32
----------------------------------	----