

**PENGARUH DAYA TARIK, KEAHLIAN, DAN KEPERCAYAAN
KEPADA CELEBRITY ENDORSER TERHADAP
NIAT BELI KONSUMEN**

(Studi Empiris Pada Konsumen Produk Wardah *Colorfit Velvet Matte Lip Mousse* di Kota Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

AWALIA PUTRI KINASIH

B 100160284

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH DAYA TARIK, KEAHLIAN, DAN KEPERCAYAAN
KEPADA CELEBRITY ENDORSER TERHADAP NIAT BELI
KONSUMEN (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Wardah *Colorfit Velvet Matte Lip Mousse* di Kota Surakarta)**

Yang ditulis dan disusun oleh:

**AWALIA PUTRI KINASIH
B 100 160 284**

Penandatangan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 09 Mei 2020

Pembimbing Utama



(Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(DE. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **AWALIA PUTRI KINASIH**

NIM : **B 100 160 284**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi: **PENGARUH DAYA TARIK, KEAHLIAN, DAN KEPERCAYAAN KEPADA CELEBRITY ENDORSER TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Wardah Colorfit Velvet Matte Lip Mousse di Kota Surakarta)**

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 atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 09 Mei 2020

Yang membuat pernyataan,



AWALIA PUTRI KINASIH

MOTTO

“Siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan berhasil”

(Novel Negeri 5 Menara Karya Ahmad Fuadi)

“Jika orang lain bisa, maka aku juga termasuk bisa”

“Siapa yang bersabar akan beruntung”

(Novel Ranah 3 Warna Karya Ahmad Fuadi)

“Kesuksesan adalah hak semua orang. Semua orang berhak untuk sukses karena sukses merupakan pilihan. Namun sukses tidak dapat diperoleh begitu saja, ada pengorbanan yang harus dibayarkan dan proses yang harus dilalui”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas berkah, rahmat, dan limpahan nikmat-Nya berupa kesehatan dan kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maha karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberi kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
3. Kedua orang tua Bapak Muhammad Pessy tanura dan Ibu Sri Daningsih beserta Adik Shafira dan Ainaya yang telah memberikan kasih sayang, nasihat dan masukan, serta selalu mendoakan yang terbaik.
4. Keluarga besar yang telah memberi dukungan dan doa.
5. Pembimbing Skripsi Bapak Wiyadi, Ph.D. yang telah membimbing dalam penulisan ini.
6. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAKSI

Penggunaan selebritis sebagai bintang iklan sangat penting untuk menarik perhatian konsumen dan menciptakan kesadaran merek atas sebuah produk. Faktor kredibilitas yang terdiri atas aspek daya tarik, keahlian dan kepercayaan yang dimiliki oleh seorang selebriti menjadi pertimbangan utama bagi para pemasar dalam penentuan bintang iklan untuk sebuah produk. Semakin tinggi kredibilitas seorang bintang iklan maka semakin efektif pula penyampaian sebuah iklan yang secara tidak langsung menimbulkan niat beli konsumen atas sebuah merek baru. Untuk itu maka dilakukan penelitian dengan tujuan membuktikan secara empiris pengaruh daya tarik, keahlian, dan kepercayaan kepada *Celebrity Endorser* produk kecantikan *Wardah Colorfit Velvet Matte Lip Mousse* terhadap niat beli konsumen di Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*, dengan sampel penelitian 150 responden yang terdiri dari masyarakat Kota Surakarta berjenis kelamin perempuan dengan usia minimal 17 tahun. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan teknik pengambilan data dengan cara peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden secara online melalui google form. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dinyatakan bahwa daya tarik, keahlian dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian konsumen. Rekomendasi peneliti selanjutnya perlu ada penambahan variabel selain variabel daya tarik, keahlian, dan kepercayaan yang melekat pada *celebrity endorser* untuk melihat potensi yang ada.

Kata Kunci: Daya Tarik, Keahlian, Kepercayaan, *Celebrity Endorser*, dan Niat Beli

ABSTRACT

The use of celebrities as advertising stars is very important to attract the attention of consumers and create brand awareness of a product. The credibility factor consisting of aspects of attractiveness, expertise and trust held by a celebrity becomes the main consideration for marketers in determining the star of an ad for a product. The higher the credibility of an ad star, the more effective the delivery of an advertisement that indirectly raises consumer buying intentions for a new brand. For this reason, a study was conducted with the aim of proving empirically the influence of attractiveness, expertise, and trust in Celebrity Endorser beauty products Wardah Colorfit Velvet Matte Lip Mousse on consumer purchase intentions in the city of Surakarta. This study uses a nonprobability technique aside, with a research sample of 150 respondents consisting of people of Surakarta City who are female with a minimum age of 17 years. The type of data in this study is quantitative data and data collection techniques by researchers distributing questionnaires to respondents online through Google form. The results obtained in this study stated that attractiveness, expertise and trust have a positive influence on consumer purchase intentions. The next research recommendation is that there should be additional variables besides the attractiveness, expertise and trust variables inherent in celebrity endorsers to see the potential.

Keywords: Attractiveness, Expertise, Trustworthiness, Celebrity Endorser, Purchase Intention.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohim

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Syukur alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmatNYA sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, yang berjudul **“PENGARUH DAYA TARIK, KEAHLIAN, DAN KEPERCAYAAN KEPADA CELEBRITY ENDORSER TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Wardah *Colorfit Velvet Matte Lip Mousse* di Kota Surakarta)”**. Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan Strata 1 (S₁) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesaiya skripsi ini. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Sofyan Arif, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr, Syamsudin, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Bapak Imronudin, S.E., M.si., Ph.D selaku ketua Program Studi Manajemen Fafkultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Wiyadi, Ph.D selaku pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan masukan, bimbingan, dan arahan dari awal penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Kedua orang tuaku tercinta yang telah memberikan segala bentuk dukungan baik secara moril maupun materiil.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
8. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Surakarta

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulisan selanjutnya. Kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 2 Mei 2020

Penulis

Awalia Putri Kinasih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
1. Niat Beli Konsumen	8
2. <i>Celebrity Endorser</i>	10

3. Peran <i>Celebrity Endorser</i>	11
4. Kriteria <i>Celebrity Endorser</i>	13
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Hipotesis	16
D. Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Jenis Penelitian	21
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	21
C. Data dan Sumber Data.....	25
D. Metode Pengumpulan Data	25
E. Desain Pengambilan Sampel	25
F. Metode Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Deskripsi Karakteristik Responden	36
1. Karakteristik Usia.....	37
2. Karakteristik Pekerjaan	37
3. Karakteristik Domisili	37
B. Hasil Analisis Data	37
1. Hasil Uji Validitas	38
2. Hasil Uji Reliabilitas	39
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	40
4. Hasil Uji Hipotesis	43
C. Pembahasan	51

BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Keterbatasan Penelitian	57
C. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index (TBI)	3
Tabel IV.1 Hasil Karakteristik Responden	36
Tabel IV.2 Hasil Analisis Validitas Variabel Independen	38
Tabel IV.3 Hasil Analisis Validitas Variabel Dependen	39
Tabel IV.4 Hasil Analisis Reliabilitas.....	40
Tabel IV.5 Hasil Analisis Normalitas	41
Tabel IV.6 Hasil Analisis Multikolinieritas.....	41
Tabel IV.7 Hasil Analisis Heterokedastisitas.....	42
Tabel IV.8 Hasil Analisis Hipotesis.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 3.1 Kriteria Pengujian	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	62
Lampiran 2 : Data Penelitian	66
Lampiran 3 : Hasil Frekuensi Identitas Responden	82
Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas	83
Lampiran 5 : Uji Reliabilitas.....	86
Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik	88
Lampiran 7 : Uji Hipotesis.....	90
Lampiran 8 : Table Values Of $r_{\text{product moment}}$	91