

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE
PADA PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE
SAMSUNG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG)**

SKRIPSI

FEVI PERA SETIOWATI

13.151.097



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG**

2017

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* PADA
PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE*
SAMSUNG (STUDY KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG)**

Fevi Pera Setiowati

13151097

**Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen**

Palembang, Februari 2017

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bina Darma

Pemimbing I



Heriyanto, S.E.,M.Si

Dekan



Dr.Emi Suwarni,S.E.,M.Si

Pemimbing II


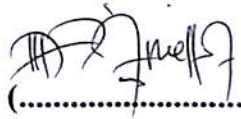




Dina Mellita, S.E.,M.Ec

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi ini berjudul “PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* PADA PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG)”, telah dipertahankan di depan komisi penguji pada Jum`at 16 Februari 2017 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Komisi Penguji

- | | | |
|---------------------------------|------------|--|
| 1. Heriyanto, S.E.,M.Si | Ketua | () |
| 2. Dina Meilita, S.E., M.Ec | Sekretaris | () |
| 3. Efan Elpanso, S.E., M.M | Anggota | () |
| 4. Andrian Noviardy, S.E., M.Si | Anggota | () |

Palembang, Februari 2017

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bina Darma

Ketua,



Heriyanto, S.E.,M.Si

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fevi Pera Setiowati

Nim : 13.151.097

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik (sarjana) di Universitas Bina Darma atau di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan tim pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukannya ke dalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia skripsi yang saya hasilkan dicek keasliannya menggunakan plagiat checker serta diunggah ke internet, sehingga dapat diakses publik secara langsung.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Palembang, Februari 2017

Penulis,



Fevi Pera Setiowati
Fevi Pera Setiowati

NIM: 13151097

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian pada *Smartphone* Samsung, dan penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada *Smartphone* Samsung terhadap mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Bina Darma Palembang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan *Smartphone* Samsung, khususnya mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Bina Darma Palembang. Sampel pada penelitian ini sebanyak 90 responden dan teknik yang digunakan adalah metode *slovin* dengan pendekatan *Sampling Purposive* (pengambilan sampel berdasarkan syarat tertentu). Dari hasil analisis indikator – indikator pada penelitian ini bersitat valid dan variabelnya valid. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel *Brand Image* (dengan koefisien regresi 0,605), kemudian diikuti variabel *Celebrity Endorser* (koefisien regresi sebesar -0,235). Variabel – variabel dependen pada penelitian ini sudah cukup baik dalam menjelaskan variabel independennya (keputusan pembelian). Saran penulis adalah agar konsumen *Smartphone* Samsung melihat dengan kualitas pada produk yang dinilai baik oleh konsumen dan memperbaiki yang dinilai oleh konsumen masih kurang baik.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser, Brand Image, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to determine how big the influence of Celebrity Endorser, and Brand Image of the purchase decision on Smartphone Samsung, and this this research also aims to analyze the most dominant factors that influence on purchase decision of Smartphone Samsung on collage student of faculty economy and business University of Bina Darma Palembang. The population used in this study is consumers that use Smartphone Samsung especially collage student of faculty economy and business University of Bina Darma Palembang. The sample in this study are 90 respondents and the techniques used Slovin method. Sampling technique with the approach of Sampling Purposive (sampling based on requirement certain). From the analysis result, the indicators in this study are valid and valid variabel. And the most dominant factor that influence on purchase decisions are Brand Image variables (with a regression coefficient of 0,605), then Celebrity Endorser variables (regression coefficient of -0,235). The dependent variable in this study are good enough in explaining the independent variabel (purchase decisions). Writter's advice is for cunsumers Smartphone Samsung with quality of produc in produc things that good and repair the things that not good enough in consumers sight.

Key Words : *Celebrity Endorser, Brand Image, Buying decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vi
ABTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penelitian.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.2 Endorser	13
2.1.3 Celebrity Endorser	14
2.1.4 Indikator Celebrity Endorser.....	14
2.1.5 Faktor Pemilihan Selebriti	16
2.1.6 Brand.....	18
2.1.7 Brand Image.....	18
2.1.8 Faktor Pembentuk Brand Image	19
2.1.9 Indikator Brand Image	20
2.1.10 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.11 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	21
2.1.12 Indikator Keputusan Pembelian.....	28
2.1.13 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	29
2.1.14 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Kerangka Berfikir	36
2.4 Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	39
3.1.1 Objek dan Desain Penelitian.....	39

3.1.2 Metode Analisis Data.....	39
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	41
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.5 Batasan Operasional Variabel	43
3.6 Sumber Data.....	44
3.7 Metode Analisis Data.....	46
3.8 Teknik Uji Instrumen	47
3.9 Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Profil Perusahaan Samsung.....	53
4.2 Sejarah Perusahaan Samsung.....	58
4.3 Keunggulan Ponsel	61
4.4 Tipe – tipe Ponsel dan Spesifikasi	62
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	66
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.7 Hasil Kuesioner.....	69
4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	73
4.8.1 Uji Validitas	73
4.8.2 Uji Relibilitas	76
4.9 Uji Analisis Data.....	78

4.9.1 Uji Koefisien Determinasi	78
4.9.2 Regresi Linier Berganda	80
4.9.3 Uji T	81
4.9.4 Uji F	82
4.10 Pembahasan.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Smartphone di Indonesia	4
Tabel 2.1 Model Lima Tahap Proses Membeli	30
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	35
Tabel 2.3 Kerangka Berfikir	37
Tabel 3.1 Oporasional Variabel	43
Tabel 3.2 Nilai Jawaban Dari Pembobotan.....	47
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Kolerasi.....	50
Tabel 4.1 Tipe Smartphone Samsung dan Spesifikasi	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Variabel Celebrity Endorser (X1)	69
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Brand Image (X2).....	70
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X1(Celebrity Endorser)	74
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X2(Brand Image).....	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Celebrity Endorser (X1)	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Brand Image (X2).....	77
Tabel 4.12 Hasil Uji Keputusan Pembelian (Y).....	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	78
Tabel 4.14 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Kolerasi	79
Tabel 4.15 Regresi Linier Berganda	80
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji T.....	81
Tabel 4.17 Hasil Analisis Uji F.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Celebrity Endorser.....	56
Gambar 4.2 Celebrity Endorser.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Frekuensi.....
Lampiran 2 Regression
Lampiran 3 Variabel Celebrity Endorser (X1)
Lampiran 4 Variabel Brand Image (X2).....
Lampiran 5 Keputusan Pembelian (X3).....