

PENGARUH IKLAN TELEVISI, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK ANGIN *FRESH CARE TEEN AROMATHERAPY*
(Studi Kasus Pada Pelajar SMAN di Kota Madiun)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Memperoleh gelar Sarjana Strata 1



Disusun oleh :

Nama : Widya Ayu Larasati

Nim : 51412022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN
November 2016**

Skripsi berjudul

PENGARUH IKLAN TELEVISI, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK ANGIN *FRESH CARE TEEN AROMATHERAPY*

(Studi Kasus Pada Pelajar SMAN di Kota Madiun)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Widya Ayu Larasati (NIM : 51412022)

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna mencapai sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Madiun, 18 Oktober 2016

Disetujui dan diterima baik oleh

Pembimbing I



Vivi Ariyani, S.E., M.Sc.
NIDN. 0717128001

Pembimbing II



Andreas Budiarto, S.E., M.Ec., Dev.
NIDN. 0723048403

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Unika Widya Mandala Madiun



Murni, S.E., M.Sc.
NIDN. 0702067703

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Unika Widya Mandala Madiun



Vivi Ariyani, S.E., M.Sc.
NIDN. 0717128001

Skripsi berjudul

**PENGARUH IKLAN TELEVISI, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK ANGIN *FRESH CARETEENAROMATHERAPY*
(Studi Kasus Pada Pelajar SMAN di Kota Madiun)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Widya Ayu Larasati (NIM : 51412022)

Telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima, guna mencapai sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Madiun, 08 November 2016

Tim Penguji Skripsi

1. Veronica Agustini Srimulyani, S.E.,M.Si.
NIDN. 0717087201

2. Dra. Dyah Kurniawati, M.Si
NIDN. 0713126601


3. Vivi Ariyani, S.E., M.Sc.
NIDN. 0717128001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul **“PENGARUH IKLAN TELEVISI, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK ANGIN *FRESH CARE TEEN AROMATHERAPY* (Studi Kasus Pada Pelajar SMAN di Kota Madiun)”** tidak memuat karya orang lain atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebut dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah.

Bilamana dikemudian hari terbukti hasil jiplakan, dengan sendirinya skripsi saya batal, dan saya bersedia gelar kesarjanaan saya dicabut dan hak saya sebagai mahasiswa dibatalkan.

Madiun, 1 November 2016



Widya Ayu Larasati

Motto dan Persembahan

“Tujuan dari belajar adalah untuk terus tumbuh . . . akal tidak sama dengan tubuh.

Karena akal terus bertumbuh selama kita hidup” #Martiner Aldler

“Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin

kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik”#Evelyn Underhill

Penulis mempersembahkan kepada :

1. Orang tua tercinta
2. Keluargaku
3. Teman-temanku
4. Pendampingku kelak
5. Almamaterku

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh iklan televisi, *celebrity endorser*, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian minyak angin *fresh care teen aromatherapy* pada pelajar SMAN Kota Madiun. Sampel dalam penelitian ini adalah 96 pelajar SMAN Kota Madiun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel iklan televisi dan *celebrity endorser* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Perusahaan PT Ultra Sakti sebaiknya membuat iklan yang membedakan segmen antara produk *fresh care* dan *fresh care teen*, dan menggunakan *celebrity endorser* yang berbeda dari produk *fresh care* sehingga konsumen dapat membedakan produk *fresh care* dan *fresh care teen* dari iklan dan selebriti yang digunakan, sehingga keputusan pembelian dapat lebih meningkat.

Kata kunci : iklan televisi, *celebrity endorser*, *brand image* dan keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur, atas berkat dan rahmat Allah SWT, serta dukungan dan partisipasi dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH IKLAN TELEVISI, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK ANGIN *FRESH CARE TEEN AROMATHERAPY* (Studi Kasus Pada Pelajar SMAN di Kota Madiun)”**.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat serta doa selama proses penyusunan skripsi, yaitu :

1. Bapak Mujilan, S.E., M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
2. Ibu Vivi Ariyani, S.E., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Madiun dan dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
3. Bapak Andreas Budiarto, S.E., M.Dev., selaku dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
5. SMAN Kota Madiun yang telah mengizinkan dilakukan penelitian dan Pelajar SMAN Kota Madiun yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penulis.
6. Orang tua, Wiwik Werdiningsih (ibu tercinta) yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa.
7. Budeku tercinta, Sri Murdaningsih yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa.

8. Kakekku tercinta, Salam yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa.
9. Saudara-saudaraku tercinta, yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa.
10. Sahabat-sahabatku dan teman-teman di prodi Manajemen Universitas Widya Mandala Madiun, yang telah memberikan semangat, dukungan dan doa.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai informasi bagi semua yang membutuhkan.

Madiun, 1 November 2016

Penulis,

Widya Ayu Larasati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PESETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
A. Telaah Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	9
1. Pemasaran	9
a. Pengertian Pemasaran	9
b. Manajemen Pemasaran	9

	c. Konsep Pemasaran.....	10
2.	Bauran Pemasaran	11
3.	Iklan.....	12
4.	<i>Celebrity Endorser</i>	14
5.	<i>Brand Image</i>	16
6.	Keputusan Pembelian.....	17
B.	Pengembangan Hipotesis	20
	1. Pengaruh Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian	20
	2. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian	21
	3. Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Keputusan Pembelian	21
C.	Kerangka Pemikiran Teoritis atau Model Penelitian.....	23
BAB III	METODE PENELITIAN.....	24
A.	Desain Pemikiran	24
B.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	24
C.	Variabel penelitian dan Definisi Operasional	27
D.	Instrumen Penelitian	29
E.	Lokasi Penelitian.....	30
F.	Sumber Data	30
G.	Metode Pengumpulan Data.....	30
	Kuesioner	30
H.	Metode Analisis Data	31
	1. Uji Validitas.....	31

2. Uji Reliabilitas	32
3. Uji Asumsi Klasik.....	32
4. Uji Hipotesisi	35
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran umum responden	38
1. Jenis kelamin	39
2. Umur responden	39
3. Kelas responden	40
4. Deskripsi variabel.....	40
a. Deskripsi variabel Iklan Televisi	41
b. Deskripsi variabel Celebrity Endorser.....	43
c. Deskripsi variabel Brand Image	45
d. Deskripsi variabel Keputusan Pembelian	46
B. Hasil Penelitian	48
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas.....	50
3. Uji Asumsi Klasik	51
a. Uji Normalitas	51
b. Uji Multikolonierita.....	51
c. Uji Heteroskedastisitas	52
d. Uji Autokorelasi	53
4. Uji Hipotesis.....	54
a. Uji Regrsi linier berganda	54

b. Uji Determinasi	55
c. Uji Statistik t.....	56
C. Pembahasan	59
1. Pengaruh Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian.	59
2. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian	60
3. Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Keputusan Pembelian	61
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	63
B. Implikasi Manajerial	63
C. Saran	64
D. Keterbatasan Penelitian	64
DAFTAR PUSTAKA	65
Lampiran	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar 2.2	Kerangka Penelitian	23
Gambar 3.1	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis	38
Gambar 4.1	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis X1	56
Gambar 4.2	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis X2	57
Gambar 4.3	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis X3	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Award produk Aromatherapy	3
Tabel 3.1	Jumlah Pelajar SMAN	24
Tabel 3.2	Perhitungan Sampel	26
Tabel 3.3	Indikator Iklan Televisi, Celebrity Endorser, Brand Image dan Keputusan Pembelian	29
Tabel 4.1	Jumlah Kuesioner	39
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 4.3	Umur Responden	41
Tabel 4.4	Kelas Responden	41
Tabel 4.5	Rentang Skala	42
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Iklan Televisi.....	43
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai <i>Celebrity Endorser</i>	44
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i>	46
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian..	47
Tabel 4.10	Uji Validitas.....	49
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.12	Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	51
Tabel 4.13	Uji Multikolonieritas	52
Tabel 4.14	Uji <i>Glejser</i>	52
Tabel 4.15	Uji Autokorelasi.....	53
Tabel 4.16	Uji Regresi Linier Berganda.....	54

Tabel 4.17	Uji Determinasi.....	55
Tabel 4.18	Uji Statistik t.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Surat Permohonan Pengisian Kuesioner dan Kuesioner
LAMPIRAN 2	Data Primer dan Jawaban Responden
LAMPIRAN 3	Hasil Uji Kualitas Data
LAMPIRAN 4	Hasil Uji Asumsi Klasik
LAMPIRAN 5	Hasil Regresi, Koefisien Determinasi dan Uji hipotesis
LAMPIRAN 6	Daftar Tabel R, T dan Durbin Watson