

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN *CELEBRITY*
ENDORSER TERHADAP MINAT BELI MIE SEDAAP
GORENG KOREAN *SPICY CHICKEN***



OLEH :
LUTHFI BERLIANA DEVI
51416041

**PSDKU MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2020**

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI
MIE SEDAAP GORENG KOREAN *SPICY CHICKEN*

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH :
LUTHFI BERLIANA DEVI
51416041

PSDKU MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN *CELEBRITY ENDORSER*
TERHADAP MINAT BELI MIE SEDAAP GORENG KOREAN
SPICY CHICKEN

Oleh :
LUTHFI BERLIANA DEVI
51416041

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing,



Dra. Dyah Kurniawati, M.S.i
NIDN. 0713126601

Tanggal : 7 Desember 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Luthfi Berliana Devi NIM 51416041

Telah diuji pada tanggal 7 Desember 2020 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

Ketua Tim Penguji



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

Mengetahui,

Dekan



Lodovicus Lasdi, MM, Ak., CA, CPA
NIDN. 0713097203

Ketua Program Studi,



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

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Untuk perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun :

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Luthfi Berliana Devi

NIM : 51416041

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Celebrity Endorser*
Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Goreng Korean
Spicy Chicken

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun. Saya juga menyetujui jika karya tulis ini akan dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lainnya (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 7 Desember 2020
Yang menyatakan,



Luthfi Berliana Devi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Goreng Korean *Spicy Chicken*”. Penelitian skripsi ini disusun dan diajukan sebagai tugas akhir dalam menempuh studi pada PSDKU Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dorongan, dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang selalu terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam pengerjaan skripsi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku dosen pembimbing dan wali studi yang telah dengan sabar, teliti, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, semangat, motivasi, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
2. Ibu Vivi Ariyani, S.E., M.Sc. selaku ketua jurusan manajemen yang telah memberikan izin penelitian dan dukungan serta motivasi untuk keperluan penyusunan skripsi.
3. Seluruh dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
4. Kepada Ibu Kristina selaku staf Program Studi Manajemen dan seluruh pegawai perpustakaan yang telah banyak memberikan bantuannya selama masa studi.
5. Kepada kedua orangtuaku tercinta Bapak Lukito dan Ibu Amin Marfuati yang selalu memberikan doa, kasih sayang, semangat, dukungan baik secara moral dan materiil hingga penulis mampu menyelesaikan studi.

6. Kakekku Mudzakir yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam menyusun skripsi.
7. Seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
8. Kesayanganku Sigit Ardianto yang selalu memberikan dukungan, semangat serta motivasi selama proses penyusunan skripsi.
9. Sahabat-sahabatku Atik Catur, Nanda Hayuning P., Lina Dwi Afsiyah, Seren Meidia K., Yuyun dan Nandut yang selalu menjadi tempat berbagi cerita dan memberikan semangat, motivasi serta menemani selama proses penyusunan skripsi.
10. Teman seperjuanganku, teman-teman seorganisasi, teman-teman KKN, dan teman-teman lainnya terimakasih untuk kisah dan kasih selama masa kuliah ini.
11. Seluruh responden yang ada pada obyek penelitian skripsi ini yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner guna membantu proses penyelesaian skripsi.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan, serta bantuannya hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari laporan penelitian skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan penulisan sehingga laporan penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lebih lanjut lagi. Semoga laporan penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Aamiin.

Madiun, 7 Desember 2020



Luthfi Berliana Devi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
 BAB 1 PENDAHULUAN.....	 1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Perumusan Masalah.....	4
1.3.Tujuan Penelitian.....	5
1.4.Manfaat Penelitian.....	5
1.5.Sistematika Penulisan Laporan.....	6
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	 7
2.1.Landasan Teori.....	7
2.1.1. Pemasaran.....	8
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3. Sikap dan Perilaku Konsumen.....	14
2.1.4. Minat Beli.....	15
2.2.Hubungan Antar Variabel.....	17
2.2.1. Hubungan Daya Tarik Iklan dengan Minat Beli.....	17
2.2.2. Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> dengan Minat Beli.....	17
2.2.3. Hubungan Daya Tarik Iklan dan <i>Celebrity Endorser</i> Dengan Minat Beli.....	18
2.3.Penelitian Terdahulu.....	19
2.4.Hipotesis.....	20
2.5.Kerangka Konseptual.....	20
 BAB 3 METODE PENELITIAN.....	 21
3.1.Desain Penelitian.....	21
3.2.Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	21
3.2.1. Identifikasi Variabel.....	21
3.2.2. Definisi Operasional.....	21
a. Minat Beli.....	21
b. Daya Tarik Iklan.....	22
c. <i>Celebrity Endorser</i>	22
3.2.3. Pengukuran Variabel.....	22
3.3.Jenis dan Sumber Data.....	23

3.4. Metode Pengumpulan Data.....	23
3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan.....	23
3.6. Teknik Analisis Data.....	25
3.6.1. Uji Kualitas Data.....	25
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	25
3.6.3. Uji Regresi Linear Berganda.....	26
3.6.4. Uji Hipotesis.....	27
 BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	 29
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
4.1.1. Gambaran Umum Indonesia.....	29
4.1.2. Gambaran Umum Mie Sedaap Chicken <i>Spicy Chicken</i>	29
4.2. Deskripsi Data.....	30
4.2.1. Deskripsi Responden.....	30
4.2.2. Deskripsi Variabel.....	32
4.3. Hasil Analisis Data.....	36
4.3.1. Uji Kualitas Data.....	36
4.3.2. Uji Asumsi Klasik.....	37
4.3.3. Uji Regresi Linier Berganda.....	39
4.3.4. Uji Hipotesis.....	40
4.4. Pembahasan.....	42
4.4.1. Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli.....	42
4.4.2. Pengaruh <i>Celebtity Endorser</i> terhadap Minat Beli.....	43
4.4.3. Pengaruh Daya Tarik Iklan dan <i>Celebtity Endorser</i> Terhadap Minat Beli.....	45
 BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN.....	 46
5.1. Simpulan.....	46
5.2. Keterbatasan.....	46
5.3. Saran.....	47
 DAFTAR PUSTAKA.....	 48
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang.....	19
Tabel 4.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	32
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	33
Tabel 4.5. Rentang Skala.....	33
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Variabel Daya Tarik Iklan.....	34
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	35
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Variabel Daya Tarik Iklan.....	36
Tabel 4.9. Rangkuman Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4.10. Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 4.11. Rangkuman Hasil Uji Normalitas.....	39
Tabel 4.12. Rangkuman Hasil Uji Multikolinieritas.....	39
Tabel 4.13. Rangkuman Hasil Uji Heterokedastisitas.....	40
Tabel 4.14. Rangkuman Hasil Uji Regresi.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Konsumsi Mie Instan di Indonesia 2010-2017.....	3
Gambar 4.1. Kurva Pengambilan Keputusan Uji Statistik t (X1-Y).....	42
Gambar 4.2. Kurva Pengambilan Keputusan Uji Statistik t (X2-Y).....	42

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Pendistribusian Kuesioner
- Lampiran 3. Data Karakteristik Responden dan Data Variabel
- Lampiran 4. Uji Kualitas Data
- Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6. Tabel r, Tabel t, dan Tabel f

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif daya tarik iklan, *celebrity endorser* terhadap minat beli Mie Sedaap Goreng Korean *Spicy Chicken*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang dipilih dengan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tarik iklan dan *celebrity endorser* berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli Mie Sedaap Goreng Korean *Spicy Chicken*. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,152 (15,2%) artinya variabel daya tarik iklan dan *celebrity endorser* terhadap minat beli menjelaskan pengaruh sebesar 15,2%. Dalam penelitian ini variabel yang dominan adalah variabel daya tarik iklan.

Kata Kunci : daya tarik iklan, *celebrity endorser*, minat beli

ADVERTISING APPEAL AND CELEBRITY ENDORSER EFFECT ON PURCHASE INTENTION MIE SEDAAP KOREAN SPICY CHICKEN

ABSTRACT

This study aims to test the significance of the positive effect of advertising appeal and celebrity endorser on purchase intention Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken. This samples in this study was 100 respondents who where selected by purposive sampling and snowball sampling. Hypothesis testing uses multiple linear regression analyses with the help of the SPSS 22 program. The result showed that the advertising appeal and celebrity endorser have a significant and positive effect on purchase intention Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken. The coefficient of determination (R^2) is 0,152 (15,2%)it means the advertising appeal and celebrity endorser onpurchase intention explains the effect of 15,2%. In this study, the dominant variable isadvertsising appeal.

Keyword: *advertising appeal, celebrity endorser*