

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KEKUATAN
SELEBRITI *ENDORSER* IKLAN IM3 *PLAY 24 JAM*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

(Studi Pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Malang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



OLEH:

Dian Sofyan Ansori

201110160311358

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2015

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KEKUATAN
SELEBRITI *ENDORSER* IKLAN IM3 *PLAY 24 JAM*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

(Studi Pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Malang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



OLEH:

Dian Sofyan Ansori

201110160311358

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2015

SKRIPSI

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KEKUATAN SELEBRITI
ENDORSER IKLAN IM3 PLAY 24 JAM TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN**

(Studi Pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Malang)

Oleh:

Dian Sofyan Ansori

201110160311358

Diterima dan disetujui

Pada tanggal

Pembimbing I

Pembimbing II

Widayat, Dr., M.M.

Sri Nastiti Andharini, Dra., M.M.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayahnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kekuatan Selebriti *Endorser* Iklan IM3 *play* 24 jam Terhadap Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang).

Tulisan ini menyajikan pokok – pokok bahasan yang meliputi pengaruh daya tarik iklan terhadap minat beli serta kekuatan selebriti *endorser* terhadap minat beli setelah mahasiswa melihat tayangan iklan IM3 *play* 24 jam. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

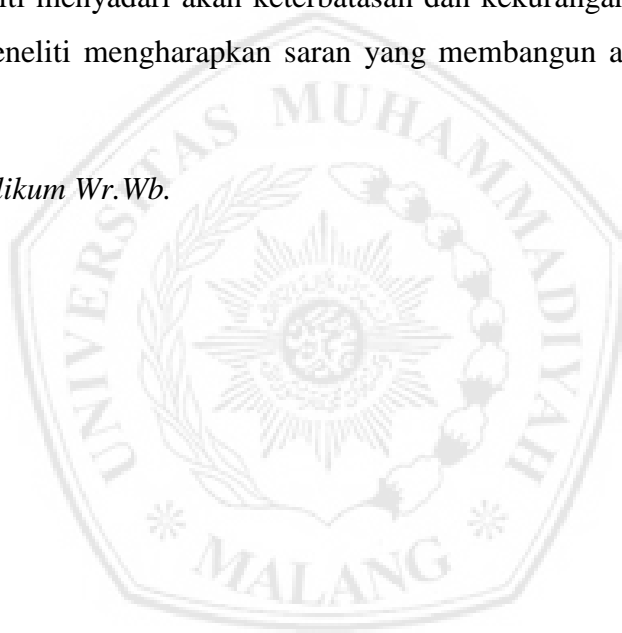
Peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Dr. Widayat, M.M. dan Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M selaku dosen pembimbing skripsi.
2. Dr.H. Nazarudin Malik, M.Si. selaku dekan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Marsudi, M.Si. selaku ketua jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Prof. Dr. Muhadjir Effendy MAP. selaku rektor di Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Dra. Sandra Irawati, M.M., selaku dosen wali yang telah memberikan perhatian selama kegiatan belajar di Universitas Muhammadiyah Malang.

6. Kedua orang tua saya Abdul Hamid dan Ninil Kardi Sesanti yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan penelitiannya.
7. Inter Arma Caritas selaku teman sebaya mulai SMP – Kuliah yang selalu memberikan masukan kepada peneliti.
8. Serta kerabat dan orang – orang terdekat penulis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari akan keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki, oleh karena itu peneliti mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini dapat bermanfaat.

Wassalamualikum Wr. Wb.



Malang, 20 Oktober 2015

Penulis

Dian Sofyan Ansori

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

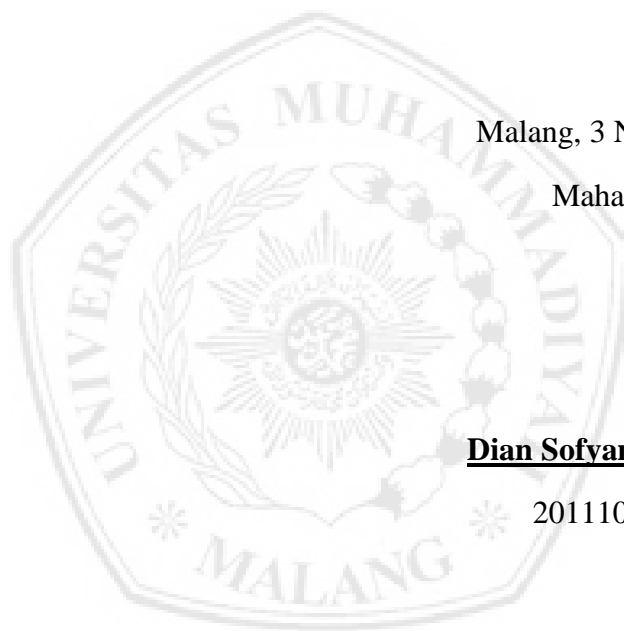
Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diteliti atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Malang, 3 November 2015

Mahasiswa

Dian Sofyan Ansori

201110160311358



DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian.....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Landasan Teori.....	15
1. Komunikasi Pemasara.....	15
2. Pengertian Iklan	17
3. Tujuan Iklan	19
4. Daya Tarik Iklan	20
5. Kekuatan Iklan	24
6. Karakteristik Bintang Idola.....	27
7. Minat Beli	28
C. Hubungan Antar Variabel	32
D. Kerangka Pikir	34
E. Hipotesis.....	35
III. METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian	36
B. Jenis Penelitian	36
C. Definisi Operasional Variabel	36
D. Populasi dan Sampel	38
1. Populasi.....	38
2. Sampel.....	39

E. Metode dan Jenis Pengumpulan Data.....	39
1. Sumber Data.....	39
2. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3. Skala Pengukuran.....	40
F. Uji Instrument	41
1. Uji Validitas	41
2. Uji Reliabilitas	42
G. Teknik Analisis Data.....	42
1. Analisis Deskriptif (Rentang Skala).....	42
2. Analisis Regresi Linier Berganda	43
3. Analisis Koefisien Determinasi	43
4. Uji Hipotesis	44
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Tayangan Iklan IM3 <i>Play 24 Jam</i>	47
B. Hasil Penelitian.....	48
1. Karakteristik Responden.....	48
2. Uji Instrumen	51
C. Deskripsi Jawaban Responden	53
1. Deskripsi Variabel Daya Tarik Iklan.....	53
2. Deskripsi Variabel Kekuatan Selebriti <i>Endorser</i>	55
3. Deskripsi Variabel Minat Beli	57
D. Analisis Data.....	59
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
2. Analisis Koefisien Determinasi	61
E. Uji Hipotesis	62
1. Uji f (Pengujian Secara Simulutan)	62
2. Uji t (Pengujian Secara Parsial).....	63
F. Pembahasan	64
V. PENUTUP	
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Tabel 1.1 Pengguna Operator <i>Selluler</i> di Indonesia Tahun 2014	6
2.	Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	14
3.	Tabel 3.1 Variabel Penelitian, Definisi dan Indikator.....	38
4.	Tabel 3.2 Pemeringkatan Skala Likret	41
5.	Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
6.	Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
7.	Tabel 4.3 Pengetahuan Mengenai Tayangan Iklan IM3 <i>play</i> 24 jam	50
8.	Tabel 4.4 Rekapitulasi Uji Validitas	52
9.	Tabel 4.5 Rekapitulasi Uji Reliabilitas	53
10.	Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Iklan.....	53
11.	Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Kekeuatan Selebriti <i>Endorser</i>	56
12.	Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli	58
13.	Tabel 4.9 Rangkuman Hasil Perhitungan Regresi	60
14.	Tabel 5.0 Rangkuman Hasil Uji F.....	62
15.	Tabel 5.1 Rangkuman Hasil Uji t.....	63

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
2.	Gambar 4.1 Tayangan Iklan IM3 <i>Play</i> 24 Jam	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Lembar Kuesioner
2. Tabel Jawaban Responden
3. Uji Validitas dan Reliabilitas
4. Pengelompokan Jawaban
5. Analisis Regresi Linier Berganda
6. Uji -t
7. r tabel
8. t tabel
9. f tabel



Daftar Pustaka

- Astuti, Budi dan Yeni, Sri. 2007. *Hubungan Kekuatan Iklan Frestea Green di Televisi terhadap Respon Konsumen Berdasarkan Model Hierarki Efek*. Jurnal UNISA. Vol XXX. No 65.
- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo. 2007. *Pengantar Bisnis Modern. Edisi Ketiga. Cetakan Kesebelas. Liberty*. Yogyakarta.
- Belch, George E & Michael A. Belch, 2004. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*, Internasional Edition, McGraw Hill, New York.
- Dwityanti, E. 2008. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri (Studi Kasus Pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta)*. Tesis Universitas Diponegoro Semarang.
- Harun, M. 2013. *Analisis Pengaruh Kekuatan Iklan Mobil Honda di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Semarang*. Jurnal Manajemen Pemasaran. UDINUS Semarang.
- Juanda, Fransisca dan Sondang Kunto, Yohanes S.Si., M.Sc. 2014. *Analisis Pengaruh Visibilty, Credibilty, Attraction, dan Power Celebrty Endorser terhadap Brand Image Bedak Marcks Venus*. Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra. Vol 2, No 01
- Kasali, Rhenald. 2007. *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Cetakan Kelima. Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran.(ed.12)*. PT Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi Milenium, Jilid 2, Penerbit Prenhallindo, Jakarta.
- McDaniel, Lamb, Hair, 2001. *Pemasaran Buku 1*. Salemba Empat, Jakarta
- Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan dan Marzuki. 2004. *Statistik Terapan : Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial. Cetakan Ketiga (Revisi)*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Royan, Frans.M, 2005, “*Marketing Celebrities*”, *Jilid I*, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sukmawati, Andriastika dan Joko Suyono. 2005. *Analisis Pengaruh Karakteristik Bintang Idola Iklan (Celebrity Endorser) Terhadap Minat Beli Konsumen Sebuah Merek Multivitamin (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi*

Universitas Sebelas Maret). Fokus Manajerial. Volume 3. No. 1. Hal 21 – 33. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.

Sumarwan, ujang. 2003. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Cetakan Pertama. Ghalia Indonesai, Jakarta.

Soenarto SE. 2003. *Perinsip-Prinsip Pemasran*. AMUS Jogjakarta dan CV Ngeksindo Utama, Yogyakarta.

Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. CV. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan. CV Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan kedelapan. CV Alfabeta, Bandung.

Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Cetakan Pertama. UII Press, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Andi, Yogyakarta

Tjiptonom Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. CV Andi, Yogyakarta

Suharso dan Ana Retnoningsih. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Cetakan Pertama. Widya Kary, Semarang.

Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran Aplikasi Software SPSS*. UMM Press. Malang

www.bakrieglobal.com/news/read/1419/Belanja-Iklan-Operator-Telekomunikasi-Kuartal-III-Rp57-Triliun, diakses 3-15-2015.

www.datacom.com/telekomunikasi-2011industri.html, diakses 3-15-2015.

AK.(2013). XL dan Smartfren Topang Pertumbuhan Belanja Iklan Semester I-2013 <http://www.indotelko.com/kanal?c=&it=Kinerja-XL-Ditekan-Rugi-Kurs-Hingga-Kuartal-III-14>, diakses 6-15-2015.

Ahira,A.(2013).IM3IndosatProvidernyaAnakMuda.Tersedia:<http://www.anneahir.com/im3-indosat.htm>, diakses 6-18-2015.

Ketut,k.(2014). Inilah laporan kinerja dan finansial 3 operator seluler terbesar di Indonesia pada Q3 2014 <http://id.techinasia.com/laporan-kinerja-finansial-xl-telkom-indosat-q3-2014/>, diakses 6-15-2015.