

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR  
MATIC HONDA BEAT DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



Disusun Oleh :

**DANAR RASYIID**

**2012210349**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**SURABAYA**

**2016**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR  
MATIC HONDA BEAT DI SURABAYA**

Diajukan Oleh:

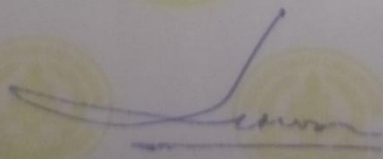
**DANAR RASYIDI**

**2012210349**

Skripsi ini telah dibimbing  
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal *25-01-2016*



**(Drs. Irawan, M.M.)**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR  
MATIC HONDA BEAT DI SURABAYA**

Disusun oleh

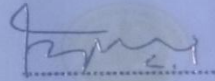
**Danar Rasyidi**

**2012210349**

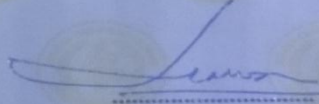
Dipertahankan di depan tim penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal...*12-02-2016*.....

Tim Penguji

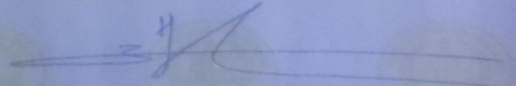
**Ketua** : **Emma Julianti S.E., MM.**



**Sekretaris** : **Drs. Irawan, M.M.**



**Anggota** : **Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH.** .....



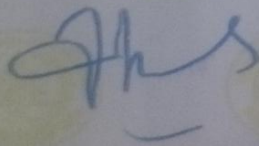
## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Danar Rasyiidi  
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 14 September 1993  
NIM : 2012210349  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh *Celebrity Endorsement* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Beat Di Surabaya

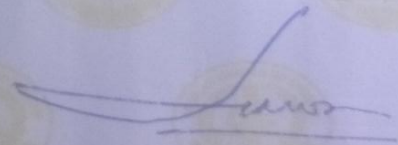
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen  
Tanggal 13-04-2016

Dosen Pembimbing  
Tanggal 13-04-2016



( Dr. Muazaroh, S.E., M.T. )



( Drs. Irawan, M.M. )



# Motto

*Orang yang Cerdas adalah orang yang bisa berilmu  
dan dapat mengendalikan emosinya*

## PERSEMBAHAN

1. Puji syukur kepada ALLAH SWT atas segala nikmat dan kesempatan atas kemudahan dan kelancaran segala urusan skripsi saya sehingga saya dapat LULUS pada tanggal 12 Februari 2016.
2. Terima kasih kepada Bapak dan Ibu yang telah merawat dan mendidik, serta membiayai saya dari TK hingga saat ini.
3. Terima kasih kepada ibu pembimbing, Bapak Drs. Irawan, M.M. atas bimbingan, arahan, nasehat, masukan, dan kesabarannya selama satu semester ini.
4. Terima kasih kepada seluruh dosen STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu yang tiada tara dan masukan demi membangun dan menambah wawasan saya dalam mengerjakan skripsi.
5. Terima kasih kepada dulur-dulur YAKUSA (Yakin KU biSA) Danar Rasyidi, Henry Kurniawan, M. Wildan Arifi, Rizca Ardelia, dan Rizya Tias untuk semangatnya, hiburannya, serta doanya, tanpa kalian hampa selama studi di STIE Perbanas, hehehe.
6. Terima kasih kepada teman-teman Arrizky medio, Ade anandra dkk dan Sabar nd SOOn yang selalu memberikan dukungan

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh celebrity Endorsement dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pemebelisan Sepeda Motor Matic Honda Beat Di Surabaya” .

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian syarat penyelesaian pendidikan S1 pada program studi jurusan manajemen di STIE PERBANAS Surabaya. Dalam penulisan skripsi ini peneliti telah banyak mendapatkan bantuan moril maupun materil secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga slesai, sehingga peneliti menyampaikan rasa terimakasih kepada yang saya hormati :

1. Bapak Dr. Lutfi, S.E., M, Finselaku ketua STIE PERBANAS Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T selaku Ketua Program Sarjana Manajemen STIE PERBANAS Surabaya dan selaku dosen wali
3. Bapak Drs.Irawan, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran, dan waktu kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen civitas akademika STIE PERBANAS Surabaya

Penulis

Danar Rasyiidi

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penulisan.....	6
1.4 Manfaat Penulisan.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Proposal.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	23
3.2 Batasan Penelitian.....	23
3.3 Identifikasi Variabel.....	23
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Instrumen Penelitian.....	28
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data .....	29
3.8 Uji Validitas dan Realibilitas.....	30
3.9 Teknik Analisis Data .....	31
<b>BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>37</b>
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	37
4.2 Analisis Data.....	40
4.3 Pengujian Hipotesis.....	55
4.4 Pembahasan.....	58
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>63</b>
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	63



DAFTAR RUJUKAN  
JADWAL PENULISAN SKRIPSI

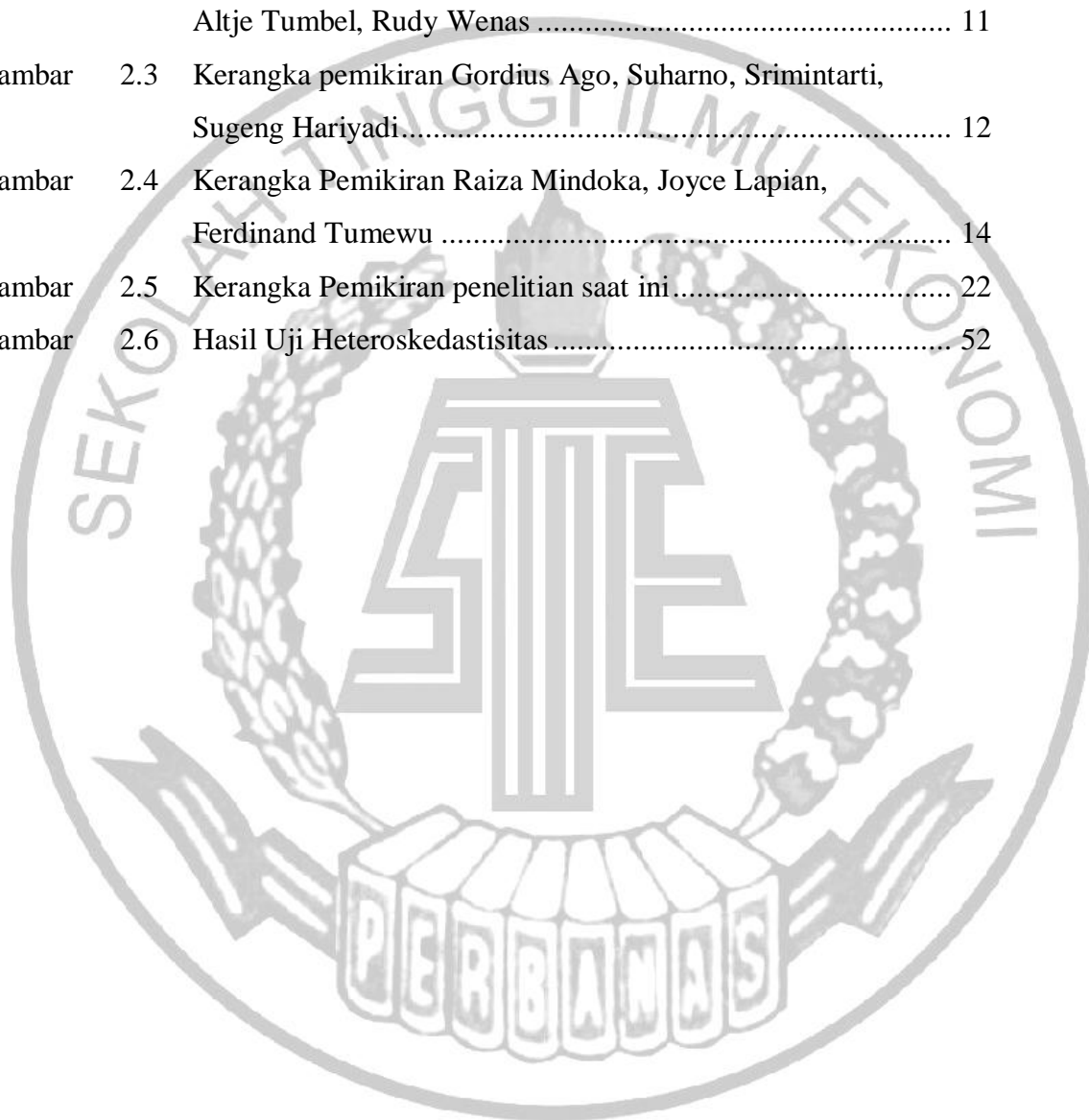


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Brand Sepeda Motor Matic Tahun 2014 & 2015 Fase 1.....	2
Tabel 2.1	Perbedaan dan Persamaan Penelitian.....	16
Tabel 3.1	Kisi-kisi Pertanyaan Kuesioner.....	29
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2	Proporsi Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Iklan Yang di Dapat.....	39
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Selebritis Yang Dikenal.....	40
Tabel 4.5	Uji Validitas Sampel Kecil.....	41
Tabel 4.6	Uji Validitas Sampel Besar.....	42
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas Sampel Kecil.....	43
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	44
Tabel 4.9	Interval Kelas.....	45
Tabel 4.10	Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> .....	45
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	46
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.15	Kriteria Durbin Watson.....	50
Tabel 4.16	Hasil Autokorelasi.....	50
Tabel 4.17	Hasil Uji Durbin Watson.....	51
Tabel 4.18	Hasil perhitungan persamaan regresi.....	53
Tabel 4.19	Hasil Analisis Uji F.....	55
Tabel 4.20	Hasil koefisien determinasi parsial.....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	Kerangka pemikiran Gordius Ago, Suharno, Srimintarti, Sugeng Hariyadi.....	9
Gambar	2.2	Kerangka kerangka pemikiran Valentine Parengkuan, Altje Tumbel, Rudy Wenas .....	11
Gambar	2.3	Kerangka pemikiran Gordius Ago, Suharno, Srimintarti, Sugeng Hariyadi.....	12
Gambar	2.4	Kerangka Pemikiran Raiza Mindoka, Joyce Lopian, Ferdinand Tumewu .....	14
Gambar	2.5	Kerangka Pemikiran penelitian saat ini.....	22
Gambar	2.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	52



## Daftar Lampiran

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Data Deskriptif dan Tabulasi data
- Lampiran 3 : Uji Validitas Sampel Kecil dan Sampel Besar
- Lampiran 4 : Uji Reliabilitas Sampel Kecil dan Sampel Besar
- Lampiran 5 : Uji Normalitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Multikolinieritas, Persamaan Regresi & Determinasi Parsial
- Lampiran 7 : Hasil Autokorelasi
- Lampiran 8 : Hasil Analisis Uji F



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA  
MOTOR MATIC HONDA BEAT  
DI SURABAYA**

**Danar Rasyiidi**

STIE Perbanas Surabaya

Email: [o\\_www@rocketmail.com](mailto:www@rocketmail.com)

**ABSTRAK**

Saat ini strategi pemasaran yang dilakukan oleh produsen sangatlah beragam, mulai dari penggunaan *celebrity endorsement* dan memperkuat citra merek dari produk yang di jual di pasaran agar meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen. Pada penelitian ini peneliti meneliti tentang penjualan sepeda motor Honda Beat di Surabaya, yang dimana pada penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari penyebaran kuesioner berjumlah seratus sepuluh responden yang dibagi ke dalam tiga puluh sampel kecil dan delapan puluh sampel besar. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu *celebrity endorsement* dan citra merek, sedangkan variabel terikat menggunakan keputusan pembelian. Dalam analisi data penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan dilanjutkan dengan uji regresi linier berganda. Dimana hasil penelitian yang didapatkan bahwa *celebrity endorsement* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Surabaya, sedangkan citra merek berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Surabaya dan secara simultan *celebrity endorsement* dan citra merek secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda motor Honda Beat di Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan *celebrity endorsement* untuk penjualan merupakan strategi yang baik bagi produsen untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: *Celebrity Endorsement*, Citra merek dan Keputusan Pembelian

**EFFECT OF CELEBRITY ENDORSEMENT AND BRAND IMAGE ON PURCHASE  
DECISION MATIC MOTORCYCLE  
HONDA BEAT IN SURABAYA**

**Danar Rasyiidi**

STIE Perbanas Surabaya

Email: [o\\_www@rocketmail.com](mailto:www@rocketmail.com)

**ABSTRACT**

*Currently the marketing strategy undertaken by the manufacturers are very diverse, ranging from the use of celebrity endorsements and reinforce the brand image of the products sold in the market in order to increase the purchasing decisions of consumers. In this study, researchers examined about sales of motorcycle Honda Beat in Surabaya, this research using primary data obtained from questionnaires amounted to a hundred and ten respondents were divided into thirty small samples and eighty large samples. This study used two independent variables that celebrity endorsements and brand image, while the dependent variable using the purchase decision. In this study data analysis using classical assumption test and followed by multiple linear regression. Where the results of research which found that celebrity endorsement significant positive effect on purchasing decisions motorcycle Honda Beat in Surabaya, while brand image is not significant positive effect on purchasing decisions motorcycle Honda Beat in Surabaya and simultaneously celebrity endorsements and brand image collectively the same does not significantly influence the purchasing decision Motorcycle Honda Beat in Surabaya. It can be concluded that the use of celebrity endorsements for sale is a good strategy for producers to increase consumer purchasing decisions.*

*Key words: Celebrity Endorsement, Brand Image and Purchase Decision*