

**PENGARUH PENGGUNAAN SELEBRITI DALAM IKLAN,  
CITRA MEREK, DAN KESADARAN MEREK  
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN  
TOP COFFEE DI GRESIK**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**SIGIT SUBIYANTORO**

**2010210165**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2014**

**PENGARUH PENGGUNAAN SELEBRITI DALAM IKLAN,  
CITRA MEREK, DAN KESADARAN MEREK  
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN  
TOP COFFEE DI GRESIK**

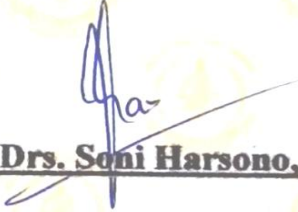
Diajukan oleh:

**SIGIT SUBIYANTORO**

**NIM : 2010210165**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 16 April 2014



**(Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.)**

# SKRIPSI

## PENGARUH PENGGUNAAN SELEBRITI DALAM IKLAN, CITRA MEREK, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN TOP COFFEE DI GRESIK

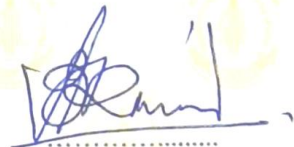
Disusun Oleh :

**SIGIT SUBIYANTORO**  
**NIM : 2010210165**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 14 Maret 2014

Tim Penguji

**Ketua** : **Dr. Basuki Rachmat, SE., M.M.**



**Sekretaris** : **Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.**



**Anggota** : **Dra. Ec. Aniek Maschudah Il'fitriah, M.Si.**



## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sigit Subiyantoro  
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 11 April 1992  
N.I.M : 2010210165  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Penggunaan Selebriti dalam Iklan, Citra Merek dan Kesadaran Merek terhadap Niat Beli Konsumen TOP Coffee di Gresik

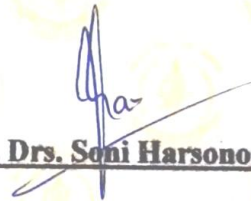
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi S1 Manajemen,  
Tanggal : 16 April 2014

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 16 April 2014



(Mellyza Silvy, S.E., M.Si.)



(Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, hidayah dan Inayah-Nya, melalui ilmu-Nya yang Maha Luas dan tak terkira sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH PENGGUNAAN SELEBRITI DALAM IKLAN, CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN TOP COFFEE DI GRESIK”**, dengan tepat waktu. Shalawat serta salam juga peneliti panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, karena beliau yang telah membimbing umat manusia menuju jalan yang terang dan di Ridho’i Allah SWT.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Strata Satu Jurusan Manajemen Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Selama penulis melakukan penyusunan skripsi ini banyak kendala dan kesulitan yang seringkali menghambat penulis dalam penyusunannya. Dengan berbagai nasehat serta dukungan dan semangat yang diberikan oleh berbagai pihak maka dapat memotivasi penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuannya demi terselesaikannya skripsi ini, antara lain :

1. Ibu Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M, selaku ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Ibu Mellyza Silvy, S.E.,M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec Aniek Maschudah Il’fitriah, M.Si. selaku dosen wali yang telah membimbing peneliti selama menempuh studi di STIE Perbanas Surabaya.

4. Bapak Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si. selaku dosen pembimbing yang berperan sangat penting atas terselesainya penulisan skripsi ini karena banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan pengetahuan sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Bapak Ibu Dosen STIE Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu kepada penulis selama proses pembelajaran.
6. Seluruh Civitas Akademika STIE Perbanas Surabaya.
7. Kedua orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, menuntun peneliti dengan sabar serta doa restu yang selalu diberikan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan lancar.
8. Kakak Adi Suwarno atas semua saran dan bantuannya serta Deanita Kania Salsabila terima kasih karena selalu menghibur dan meramaikan rumah dengan kenakalan dan tingkah polamu.
9. Orang yang berpengaruh dan sahabat-sahabat terbaik peneliti Zella Priscilla, Rizal Bagus, Erick Djami Rohi, Reza Arief, Haris Baihaqi, Fahmi Rizanata, M. Admiraldo, Rendi Diaz, Kevin Andhika, Gona Setiawan, Toni Setiawan, Ach. Kivot semuanya terima kasih atas bantuan, dukungan, semangat, keceriaan dan motivasi yang telah diberikan selama ini.
10. Teman-teman STIE Perbanas Surabaya angkatan 2010 yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini khususnya teman-teman dari anak pemasaran, untuk teman-teman dari UKKI (Unit Kegiatan Kerohanian Islam) terima kasih untuk semuanya.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara satu-persatu, yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya, peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun peneliti harapkan agar dapat melahirkan berbagai inovasi dan inspirasi kepada orang lain serta dapat memberikan kontribusi positif yang jauh

lebih baik dari peneliti. Harapan peneliti semoga skripsi ini nantinya bisa bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, berkepentingan, dan dapat menambah wawasan bagi para pembaca serta peneliti selanjutnya.

Surabaya, 16 April 2014

METERAI  
TEMPEL  
PILIH BERKUALITAS BERSAMA  
TOL 20

D6671ACF175723992  
ENAM RIBU RUPIAH

6000

DJP

*(Handwritten signature)*

(Sigit Subiyantoro)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Landasan Teori.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
<b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	26
3.2 Batasan Penelitian .....	26
3.3 Identifikasi Variabel.....	27
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.5 Instrumen Penelitian.....	30
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	33
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	34
3.9 Teknik Analisis Data.....	36
<b>BAB IV    GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA</b>	
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	40
4.2 Analisis Data.....	43
4.3 Pembahasan .....	57



BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan .....	63
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	63
5.3	Saran.....	64

DAFTAR RUJUKAN  
LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index (TBI)	5
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Peneliti Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini	15
Tabel 3.1 Kisi-kisi Kuesioner	31
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden	41
Tabel 4.2 Interval Kelas Variabel	44
Tabel 4.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Penggunaan Selebriti dalam Iklan	44
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek	45
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kesadaran Merek	46
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Variabel Niat Beli	47
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil pada Variabel Penelitian	48
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil pada Variabel Penelitian	49
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Persamaan Regresi	50
Tabel 4.10 Koefisien Determinan Simultan	53
Tabel 4.11 Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F)	53
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Uji t dan Koefisien Determinan Parsial	54

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Sushil Raturi dan Vikram Parekh (2012)	14
Gambar 2.2 Kerangka Reza Jalilvand dan Neda Samiei (2012)	15
Gambar 2.3 Kerangka Nazia Yaseen <i>et al.</i> (2011)	16
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Saat Ini	24

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Tanggapan Responden
- Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil dan Besar
- Lampiran 6 : Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 7 : Jadwal Penulisan Skripsi

**THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSEMENT, BRAND  
IMAGE AND BRAND AWARENESS ON CONSUMER  
PURCHASE INTENTION TOP COFFEE  
IN GRESIK**

**ABSTRACT**

*The purpose of this research to examine the effect of celebrity as endorsement in advertising, brand image, and brand awareness on consumer purchase intention TOP Coffee in Gresik. The sample of this research is people who consuming the coffee. Non probability sampling with judgement sampling is use to get the smaple for this research. The questionnaire as a instrument to get the response from respondent and the questionnaire was spread to one hundred people in sample criterion. The sample criterion in this research is a man, above 14 years old, the people who buying and consuming TOP Coffee, and living in Gresik. SPSS 19 for windows is use to description analyse in this research. Multiple Regression Analyse (MRA) is use to examine the independent variables and dependent variable. The analyse in this research is shows that celebrity endorsment and brand image has positive significant effect on consumer purchase intention, but not to brand awareness.*

*Keyword : celebrity endorsement, brand image, brand awareness, purchase intention*