

**PENGARUH VALENTINO ROSSI SEBAGAI CELEBRITY ENDOSER DAN  
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI CALON KONSUMEN MOTOR  
YAMAHA R25 DI BEKASI**

**Oleh:**

**Nama: Theodorus Zefanya**

**NIM: 21130199**

**Skripsi**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Menejemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**September 2017**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## PENGESAHAN

### **PENGARUH VALENTINO ROSSI SEBAGAI CELEBRITY ENDORSER DAN PITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI CALON KONSUMEN MOTOR**

**YAMAHA R25 DI BEKASI**

**Diajukan Oleh:**

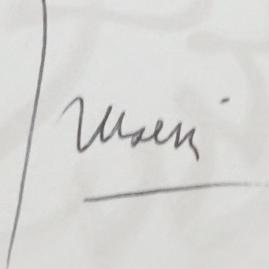
**Nama: Theodorus Zefanya**

**NIM: 21130199**

**Jakarta, 26 September 2017**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing**



**(Prof. Dr. Husein Umar, MM., M.B.A.)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2017**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

Theodorus Zefanya / 21130199 / 2017 / Pengaruh Valentino Rossi sebagai *Celebrity Endorser* dan Citra Merek terhadap Minat Beli calon konsumen Motor Yamaha R25 di Bekasi / Prof.Dr.Husein Umar, MM., M.B.A.

Kemajuan dibidang ekonomi dan teknologi sangat berpengaruh terhadap kebutuhan dan gaya hidup bagi setiap individu. Hal ini seiring dengan perubahan zaman kearah modern yang menyebabkan perubahan dalam pola hidup masyarakat yang ingin terlihat lebih baik dan lebih keren. Kendaraan dapat menunjang strata sosial seseorang, salah satunya dengan menggunakan sepeda motor yang dapat menerjang kemacetan ibukota dengan mudah. Perkembangan sepeda motor di Indonesia semakin lama semakin kompetitif dan semakin ketat setiap waktu. Oleh karena itu, perusahaan harus saling berlomba dalam mengambil hati calon konsumennya. Salah satunya dengan memberi *Celebrity Endorser* agar calon konsumen lebih tertarik dan Citra-Merek untuk menunjang Minat Beli.

Terdapat 5 dimensi untuk *Celebrity Endorser* yaitu Kepercayaan, Keahlian, Daya Tarik Fisik, Rasa Hormat dan Kesamaan. Untuk Citra Merek ada Identitas Merek, Kepribadian Merek, Asosiasi Merek, Sikap dan Perilaku Merek dan Manfaat Kompetensi Merek. Sedangkan untuk Minat Beli terdapat 4 dimensi yaitu, Minat Transaksional, Minat Prefensial, Minat Refrensial dan Minat Eksploratif.

Metode penelitian yang dilakukan adalah purposive sampling dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dengan menyebarkan kepada 100 responden yang beminat untuk membeli motor Yamana R25 di Bekasi. Alat ukur dalam penelitian adalah uji validitas, uji reliabilitas, presentasi, skala likert, uji asumsi klasik, uji regresi liniear berganda. Alat bantu yang digunakan adalah SPSS 20.0

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah pria dengan rentang usia 20 – 25 tahun, dan memiliki pendapatan pribadi kurang dari Rp5.000.000. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, didapat hasil bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli. Sedangkan pengaruh signifikan terjadi dalam hubungan Citra Merek terhadap Minat Beli Motor Yamaha R25.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa secara keseluruhan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Sedangkan *Celebrity Endorser* tidak signifikan berpengaruh. Dikarenakan, banyak responden yang merasa ingin membeli kendaraan karna mengetahui barang tersebut, bukan karna pengiklannya.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKG.

## ABSTRACT



**Hak Cipta**

Theodorus Zefanya / 21130199 / 2017 / *Influence of Valentino Rossi as Celebrity Endorser and Brand Image to Buying Interest of prospective buyers of Yamaha R25 motorcycle in Bekasi / Prof.Dr.Husein Umar, MM., M.B.A.*

*Advances in the field of economics and technology greatly affect the needs and lifestyle for every individual. This is in line with changes in the modern era that led to changes in the lifestyle of people who want to look better. Vehicles can support someone's social strata, one of them by using a motorcycle that can hit heavy congestion with ease. The development of motorcycles in Indonesia increasingly more competitive and increasingly strict every time. Therefore companies must compete in each other to take the heart of the consumptive candidate. Blame by giving Celebrity Endorser to attract more interested customers and Brand Image to support Buy Interest.*

*There are 5 dimensions for Celebrity Endorser namely Trust, Expertise, Physical Attraction, Respect and Similarity. For Brand Image there are Brand Identity, Brand Personality, Brand Association, Brand Attitudes and Behavior and Brand Competency Benefits. As for the Interest Buy there are 4 dimensions that are, Interactional Interests, Prefential Interest, Refrential Interests and Explorative Interest.*

*The research method used is purposive sampling by collecting data through questionnaire by spreading to 100 respondents who want to buy Yamaha R25 motorcycle in Bekasi. The measuring instrument in this research is validity test, reliability test, presentation, high scale, multiple linier regression test. The tool used is SPSS 20.0*

*The results of the study show the number of people who have relationships with men aged 20-25 years and have an income less than Rp5.000.000. Results of multiple linear regression analysis obtained results that no significant influence of Celebrity Endorser on Buying Interest. There is significant influence in the relationship of Brand Image to Buying Interest Yamaha R25 Motorcycle.*

*This study resulted in a significant overall Margin Brand Image to Buy Interest. While Celebrity Endorser is not significant. Because, many respondents who feel like to buy a vehicle because they knew it, not because advertisers.*

## KATA PENGANTAR

(C)

**Has cipta milik IBIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Valentino Rossi sebagai Celebrity Endorser dan Citra Merek terhadap Minat Beli calon konsumen motor Yamaha R25 di Bekasi”** yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Skripsi ini tidak akan dapat tersusun tanpa adanya bantuan, bimbingan, petunjuk, semangat serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Husein Umar, M.B.A., M.M.** selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Said Kelana Asnawi, dan semua dosen yang telah membimbing peneliti dari awal masuk kuliah sampai selesai.
3. Orang Tua dan adik yang selalu mendoakan, membimbing dan mendukung peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
4. Para pendeta GPIB Gloria Ibu Pendeta M.M.Mual-Loppies, Ibu pendeta W.Ritiaw, Ibu Pendeta Rambi, Ibu Pendeta Yvonne.
5. Edita Benita yang selalu mensupport peneliti, menyemangati dan mendoakan peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi dan mendapat hasil yang maksimal.
6. Sahabat-sahabat dan orang-orang terdekat peneliti yang telah memberikan dukungan dan bantuan tanpa henti dalam proses penyusunan skripsi ini John Santo, Raynold Atmaja, Dimas Rudy Nur Arif, Andreias Juniarto, Adrian Wijaya, Robby Pangestan, Pasukan Bekasi SWAG lainnya, Ongky Tanamas, Nisya, Dassy, Farazita, Reynaldi

1. Dilarang mengutip kebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKG.

Heliman, Michael Lie, dan semua yang membantu dalam pengisian kuesioner dan teman teman lainnya yang tidak dapat disebutkan semua disini.

7. Grup *Tehillim Music Project* yang juga senantiasa mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dan memberikan pengganti pemain musik.

8. Para petugas perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu peneliti untuk memperoleh buku-buku serta sumber-sumber yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

9. Pihak lainnya yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Peneliti sadar akan kekurangan-kekurangan dari diri peneliti dalam penyusunan skripsi ini, maka peneliti menerima saran maupun kritik yang disampaikan kepada diri peneliti. Saran dan kritik ini peneliti terima agar di kesempatan yang akan datang peneliti dapat membuat penyusunan yang lebih baik lagi.

Akhir kata, peneliti mengharapkan agar apa yang telah peneliti paparkan di dalam skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang memerlukannya.

Jakarta, September 2017

Theodorus Zefanya

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



©

Hak cipta milik IKKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie).  
Dilarang ditiru, diambil, atau dipergunakan bagian seluruhnya tanpa izin.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	iii
<b>ABSTRACT .....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	v
<b>DAFTAR ISI.....</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL DAN GAMBAR .....</b>	x
<b>BAB I .....</b>	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Batasan Penelitian .....	9
E. Rumusan Masalah.....	9
F. Tujuan Penelitian .....	9
G. Manfaat penelitian .....	10
<b>BAB II.....</b>	11
A. Landasan Teori .....	11
1. Pengertian Pemasaran.....	11
2. <i>Celebrity Endorser</i> .....	13
3. Citra Merek.....	15
4. Minat Beli .....	20
B. Kerangka Pemikiran .....	22
C. Hipotesis Penelitian .....	23
D. Penelitian Terdahulu.....	23
<b>BAB III.....</b>	25
A. Objek Penelitian .....	25
B. Desain Penelitian .....	25
C. Variabel Penelitian .....	28
a. Variabel Independen .....	29
b. Variabel Dependen .....	31
D. Teknik Pengumpulan Data .....	31
E. Teknik Pengambilan Sampel .....	32

1. Pengertian hanyata untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun, tanpa izin iBIKKG.



F. Teknik Analisis Data.....	32
1. Uji Validitas.....	32
2. Uji Reliabilitas.....	33
3. Analisis deskriptif.....	34
4. Uji Parsial (Uji T) .....	34
5. Uji serempak ( Uji F).....	35
BAB IV .....	40
A. Gambaran umum objek penelitian .....	40
B. Uji instrument Kuesioner .....	42
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
2. Analisis Deskriptif Indikator .....	48
C. Analisis Inferensial .....	65
D. Pembahasan .....	72
BAB V .....	77
A. Simpulan.....	77
B. Saran .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	80
Lampiran 1 (kuesioner).....	83
Lampiran 2 (hasil prakuesioner) .....	87
Lampiran 3 (hasil perhitungan pra kuesioner) .....	90
Lampiran 4 (hasil 100 responden) .....	93

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Lampiran 1 (kuesioner).....  
Lampiran 2 (hasil prakuesioner) .....

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKG.

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun, tanpa izin IBIKG.



## DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informasi Kewirausahaan Kwik Kian Gie)

1. Tabel 1.1 Data penjualan sepeda motor tahun 2016 .....	2
Tabel 1.2 Hasil Pra-penelitian .....	5
Tabel 1.3 <i>Research Gap</i> .....	8
2. Tabel 2.1 Penelitian terdahulu <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli.....	23
Tabel 2.2 Penelitian terdahulu Citra Merek terhadap Minat Beli .....	24
3. Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator <i>Celebrity Endorser</i> .....	29
Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Citra Merek .....	30
Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator Minat Beli .....	31
Tabel 3.4 Tabel skala <i>Likert</i> .....	37
4. Tabel 4.1 Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	42
Tabel 4.2 Uji Validitas Citra Merek .....	43
Tabel 4.3 Uji Validitas Minat Beli.....	44
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	45
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Citra Merek.....	45
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Minat Beli .....	46
Tabel 4.7 Jenis Kelamin Responden.....	46
Tabel 4.8 Usia Responden .....	47
Tabel 4.9 Pendapatan Responden .....	47
Tabel 4.10 Analisis Indikator <i>Trustworthy</i> 1 .....	48
Tabel 4.11 Analisis Indikator <i>Trustworthy</i> 2 .....	49
Tabel 4.12 Analisis Indikator <i>Expertise</i> 1.....	49
Tabel 4.13 Analisis Indikator <i>Expertise</i> 2.....	50
Tabel 4.14 Analisis Indikator <i>Physical Attractiveness</i> 1 .....	51
Tabel 4.15 Analisis Indikator <i>Physical Attractiveness</i> 2 .....	51
Tabel 4.16 Analisis Indikator <i>Respect</i> 1 .....	52
Tabel 4.17 Analisis Indikator <i>Respect</i> 2 .....	53
Tabel 4.18 Analisis Indikator <i>Similarity</i> .....	53
Tabel 4.19 Analisis Indikator Identitas Merek 1 .....	54
Tabel 4.20 Analisis Indikator Identitas Merek 2 .....	55
Tabel 4.21 Analisis Indikator Kepribadian Merek 1 .....	55
Tabel 4.22 Analisis Indikator Kepribadian Merek 2 .....	56
Tabel 4.23 Analisis Indikator Asosiasi Merek 1 .....	57
Tabel 4.24 Analisis Indikator Asosiasi Merek 2 .....	57

Hak Cipta Dilindungi Undang  
Tulisan mengandung bagian karya tulis ini merupakan  
a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisankarya tulis  
penulisan kritis dan tinjauan suatu masalah.  
  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Tulisan ini dibuat pada:  
Tahun 2018  
Penulis:   
Penyusun laporan:



Tabel 4.25 Analisis Indikator Sikap dan Perilaku Merek 1 .....	58
Tabel 4.26 Analisis Indikator Sikap dan Perilaku Merek 2 .....	59
Tabel 4.27 Analisis Indikator Manfaat dan Kompetensi Merek 1 .....	59
Tabel 4.28 Analisis Indikator Manfaat dan Kompetensi Merek 2 .....	60
Tabel 4.29 Analisis Indikator Minat Transaksional 1.....	61
Tabel 4.30 Analisis Indikator Minat Transaksional 2.....	62
Tabel 4.31 Analisis Indikator Minat Prefensial 1 .....	62
Tabel 4.32 Analisis Indikator Minat Prefensial 2 .....	63
Tabel 4.33 Analisis Indikator Minat Eksploratif .....	64
Tabel 4.34 Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.35 Uji Multikolinearitas .....	66
Tabel 4.36 Uji Autokorelasi.....	67
Tabel 4.37 Uji Heteroskedastisitas .....	68
Tabel 4.38 Uji Koefisien Determinasi .....	69
Tabel 4.39 Uji Kecocokan Nilai .....	70
Tabel 4.40 Uji Nilai Pengaruh Antar Variabel .....	70
Gambar 4.1 Valentino Rossi & Yamaha R25 .....	40
Gambar 4.2 Negative Campaign 1 .....	74
Gambar 4.3 Negative Campaign 2.....	75

a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin IBIKG.