

**ENDORSER CREDIBILITY DAN DAMPAKNYA TERHADAP
PURCHASE INTENTION : KASUS PADA KUE ARTIS**

**MARCELINA ARTA ULI
8215142752**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

**ENDORSER CREDIBILITY AND ITS IMPACT ON PURCHASE
INTENTION: CASE STUDY ON CAKE OWNED BY
CELEBRITY**

**MARCELINA ARTA ULI
8215142752**



**This Paper is Written as a Part in Bachelor Degree of Economics
Accomplishment of Faculty of Economics State University of Jakarta**

**BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT
MARKETING CONCERNTRATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2018**

ABSTRAK

Marcelina Arta Uli, 2018; Endorser Credibility dan Dampaknya terhadap Purchase Intention: Kasus pada Kue Artis. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Konsentrasi Pemasaran, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan Penelitian ini adalah: 1) Untuk menguji pengaruh Endorser Credibility terhadap Attitude toward the Advertisement pada Kue Artis secara positif dan signifikan 2) Untuk menguji pengaruh Endorser Credibility terhadap Brand Credibility pada Kue Artis secara positif dan signifikan. 3) Untuk menguji pengaruh Attitude toward the Advertisement terhadap Attitude toward the Brand pada Kue Artis secara positif dan signifikan. 4) Untuk menguji pengaruh Brand Credibility terhadap Purchase Intention pada Kue Artis secara positif dan signifikan. 5) Untuk menguji pengaruh Attitude toward the Brand terhadap Purchase Intention pada Kue Artis secara positif dan signifikan. Sampel pada analisis ini adalah seorang yang pernah membeli atau mempunyai niat untuk membeli kue artis. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 253 responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan secara online. SPSS digunakan dalam penelitian ini untuk melakukan uji validitas dengan EFA serta uji reliabilitas. SEM juga turut digunakan dalam penelitian ini dengan aplikasi Amos. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa: a) Endorser Credibility berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap attitude toward the Advertisement. b) Endorser Credibility berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Brand Credibility. c) Attitude toward the Advertisement berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Attitude toward the Brand. d) Brand Credibility berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Purchase Intention. e) Attitude toward the Brand berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Purchase Intention. Hal tersebut menunjukkan bahwa Endorser Credibility sangat berperan penting dalam terbentuknya Brand Credibility, Attitude toward the Advertisement, Attitude toward the Brand sehingga muncul Purchase Intention dalam diri seseorang.

Kata Kunci : Endorser Credibility, Attitude toward the Advertisement, Attitude toward the Brand, Brand Credibility, Purchase Intention.

ABSTRACT

Marcelina Arta, 2018; Endorser Credibility and Its Impact on Purchase Intention: Case of Cake Owned by a Celebrity. Thesis, Jakarta: Study Program of Bachelor Degree of Management, Concentration in Marketing, Major in Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

The objectives of this research are: 1) To examine the effect of Endorser Credibility on Attitude toward the Advertisement on cake owned by an Artist positively and significantly 2) To test the effect of Endorser Credibility on Brand Credibility on cake owned by an Artist positively and significantly. 3) To test the effect of Attitude toward the Advertisement on Attitude toward the Brand on cake owned by an Artist positively and significantly. 4) To examine the effect of Brand Credibility on Purchase Intention on cake owned by an Artist positively and significantly. 5) To examine the influence of Attitude toward the Brand on Purchase Intention in the cake owned by an Artist in a positive and significant way. The sample used in this analysis is someone who has bought or has the intention to buy a cake owned by an Artist. The sampling technique used was purposive sampling with a total sample of 253 respondents. This study uses questionnaires that distributed online. SPSS is used in this study to test validity with EFA and reliability testing. SEM is also used in this study using Amos. The results of hypothesis testing show that: a) Endorser Credibility has a positive and significant influence on attitude toward the Advertisement. b) Endorser Credibility has a positive and significant effect on Brand Credibility. c) Attitude toward the Advertisement has a positive and significant effect on Attitude toward the Brand. d) Brand Credibility has a positive and significant effect on Purchase Intention. e) Attitude toward the Brand has a positive and significant effect on Purchase Intention. This shows that Endorser Credibility plays an important role in the formation of Brand Credibility, Attitude toward the Advertisement, Attitude toward the Brand so that Purchase Intention appears in a person.


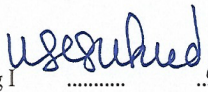

Keyword: *Endorser Credibility, Attitude toward the Advertisement, Attitude toward the Brand, Brand Credibility, Purchase Intention.*

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP.196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Andrian Haro, S.Si, MM</u> NIP. 198509242014041002	Ketua		15 Agustus 2018
2. <u>Rahmi, S.E, M.S.M</u> NIP. 198305012018032001	Sekretaris		14 Agustus 2018
3. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001	Penguji Ahli		16 Agustus 2018
4. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D</u> NIP.1970021220081221001	Pembimbing I		13 Agustus 2018
5. <u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u> NIP. 8817860018	Pembimbing II		13 Agustus 2018

Tanggal Lulus 9 Agustus 2018.....

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademis sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 17 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,


Marcelina Arta

No. Reg 8215142752

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Praktikan ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi yang berjudul “*Endorser Credibility* dan Dampaknya terhadap Purchase Intention: Kasus pada Kue Artis.” Dalam penyusunan Laporan PKL ini, Penulis mendapat banyak bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, diantaranya:

1. Usep Suhud, M.Si, Ph.D selaku dosen pembimbing yang I selalu memberikan saran dan arahan selama penulisan.
2. Shandy Aditya, BIB, MPB selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan saran dan arahan selama penulisan.
3. Dr. Dedi Purwana E. S, M. Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Andrian Haro, S.Si, M.M selaku koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Alm. Ibu saya dan Kakak-kakak saya yang selalu mendoakan, memberi semangat dan membantu saya.
6. Semua sahabat dan kerabat penulis serta teman-teman kelas Manajemen C 2014 yang selalu memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh staff pegawai yang membantu saya melengkapi berkas-berkas untuk menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Untuk itu Penulis mohon maaf atas kesalahan yang ada. Penulis juga mengharapkan saran dan kritik yang membangun agar penulis bias lebih baik lagi ke depannya. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, Agustus 2018

Penulis

