



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* IKLAN TERHADAP KESADARAN
MEREK KARTU PRABAYAR INDOSAT MULTIMEDIA MOBILE
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS JEMBER**

*(Influence Of Advertising Celebrity Endorser To Prepaid Cards Brand Awareness
Indosat Multimedia Mobile On Study Of Business Administration Program Students
Of Faculty Of Social And Political Sciences Of Jember University)*

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana
(S-1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Oleh

Fuad Akhdlori

NIM 060910202231

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

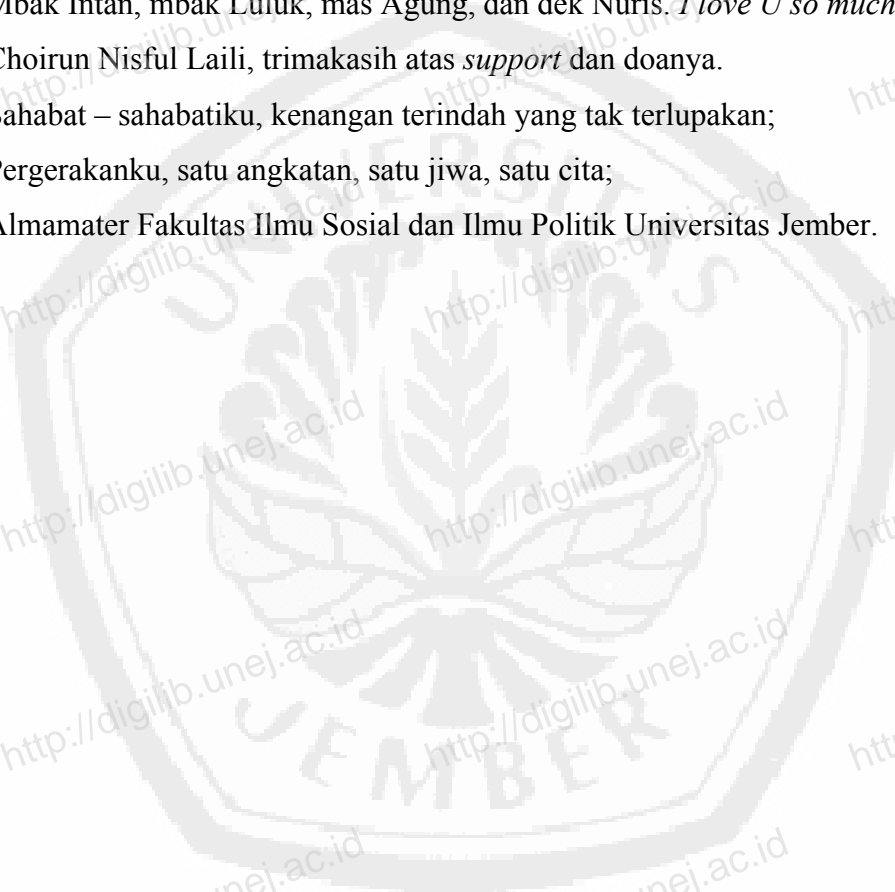
UNIVERSITAS JEMBER

2012

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Hj. Habibatur Ro'yin, almh, dan Ayahanda H. Abu Muslim tercinta;
2. Mbak Intan, mbak Luluk, mas Agung, dan dek Nuris. *I love U so much*;
3. Choirun Nisful Laili, trimakasih atas *support* dan doanya.
4. Sahabat – sahabatiku, kenangan terindah yang tak terlupakan;
5. Pergerakanku, satu angkatan, satu jiwa, satu cita;
6. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.



MOTTO

Dzikir, Fikir, Amal Sholeh

(My Movement)

Pelanggan anda yang paling tidak senang adalah sumber yang paling baik untuk belajar.

(Bill Gates)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Fuad Akhdlori

NIM : 060910202231

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser* Iklan Terhadap Kesadaran Merek Kartu Prabayar Indosat Multimedia Mobile Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember ” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 20 Desember 2011

Yang menyatakan,

Fuad Akhdlori

NIM 060910202231

SKRIPSI

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* IKLAN TERHADAP KESADARAN
MEREK KARTU PRABAYAR INDOSAT MULTIMEDIAMOBILE
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS JEMBER**

*(Influence Of Advertising Celebrity Endorser To Prepaid Cards Brand Awareness
Indosat Multimedia Mobile On Study Of Business Administration Program Students
Of Faculty Of Social And Political Sciences Of Jember University)*

Oleh

Fuad Akhdlori

NIM 060910202231

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S.Sos., MM.

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Sugeng Iswono, MA.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser* Iklan Terhadap Kesadaran Merek Kartu Prabayar Indosat Multimedia Mobile Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember” telah diuji dan disahkan pada :

hari, tanggal : Rabu, 18 Januari 2012

tempat : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim penguji;

Ketua,

Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

NIP. 19610700 198902 1 001

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Dr. Edy Wahyudi, S.sos.MM

NIP : 19750825 2002 1 002

Drs. Sugeng Iswono, MA

NIP : 19540202 198403 1 004

Anggota I

Anggota II

Yuslinda Dwi Handini, S.sos.M.AB

NIP : 19560409 198702 2 001

Dra. Sri Wahjuni, M.Si

NIP : 19560409 198702 2 001

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A

NIP : 19520727 198103 1 003

RINGKASAN

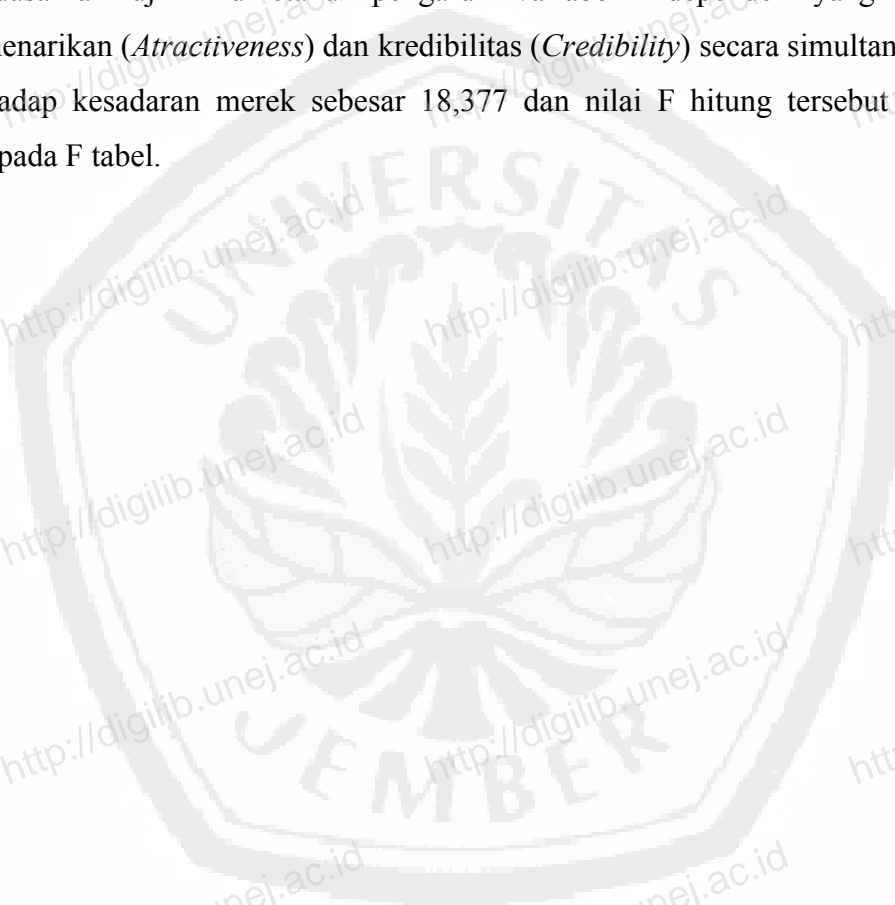
Pengaruh *Celebrity Endorser* Iklan Terhadap Kesadaran Merek Kartu Prabayar Indosat Multimediamobile Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember; Fuad Akhdlori; 060910202231; 2011; 96 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Niaga; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik; Universitas Jember.

Kartu Prabayar Indosat MultiMedia Mobile merupakan merek kartu Prabayar seluler GSM (*Global Satellite For Mobile Communications*) yang di produksi oleh PT. Indosat. Tbk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal, yaitu penelitian yang menghubungkan dua variabel yang bersifat sebab akibat. Obyek penelitian ini yaitu Mahasiswa Program studi Ilmu Administrasi Niaga Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap kesadaran merek kartu pra bayar IM3 pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *incidental sampling* dengan jumlah 50 responden yaitu Mahasiswa pengguna kartu Prabayar IM3 dan yang pernah melihat iklan IM3 yang di bintang oleh para selebritis. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden tersebut. Penelitian dilakukan di Program studi Ilmu Administrasi Niaga Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember. Dari hasil analisis linier berganda, uji T dan uji F, menunjukan variabel independen yang terdiri dari Kemearikan (*Attractiveness*) dan Kredibilitas (*Credibility*) memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran merek kartu Prabayar IM3, artinya dengan semakin besarnya

variabel independen maka kesadaran merek kartu prabayar IM3 akan semakin besar pula.

Hasil uji t menyebutkan variabel kemenarikan dan kredibilitas memiliki t hitung lebih dari pada t tabel, sehingga kemenarikan (*Atractiveness*) dan kredibilitas (*Credibility*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran merek. Berdasarkan uji F diketahui pengaruh variabel independen yang terdiri dari kemenarikan (*Atractiveness*) dan kredibilitas (*Credibility*) secara simultan berpengaruh terhadap kesadaran merek sebesar 18,377 dan nilai F hitung tersebut lebih besar daripada F tabel.



PRAKATA

Puji syukur penulis senantiasa panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat hidayah dan inayah- Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser* Iklan Terhadap Kesadaran Merek Kartu Prabayar Indosat Multimedia Mobile Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember “ ini tepat pada waktunya. Penulisan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Strata (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimah kasih sebesar – besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dari awal penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Dr. Sasongko, M.si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi
3. Drs. Poerwanto, M.A selaku Ketua Prodi Ilmu Administrasi Niaga
4. Dr. Edy Wahyudi, S.sos, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Sugeng Iswono, M.A selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran, serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen beserta segenap Staf Edukatif dan Administratif Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.
6. Puput dan Hell Duta, trimakasih atas saran, masukan dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Sahabat –sahabatiku seperjuangan, senasib, dan se – angkatan, Mat Kreboe, Joecker, Feris, pak poe, Nenek, Finza, Arie, Revi, Agis, Catur, Fodi, Lia Bocil, Zulian, trimakasih atas kebersamaannya.
8. Kader Veteran, Cholil Suyuti, Mas Anggit, Mas Hajar, Mas paijo, Chalimi, Mas Zeta, Mat Bodo, Mas Paidi, Mas Bulug, Mas koesband, Bang Jhon, Mas ketut, Mas Roni, mbak Sifa, Kang Tamam, Mbak winda.
9. Adik – adiku yang imut, Rhipiend Syafi’e, Pak oke, Dinda, Iiq, Desi, Diah, Uus, Hari, Zen Andalas, Eko kintel, Erwin.
10. Laskar Biru, Ulung Tranggana, Agung, Nanda, Rizky, Alrisa, Virgie, Andi, Rafi, Panji, Sulton, beserta seluruh pasukannya tanpa terkecuali (Totalitas dan dedikasi adalah wujud konkrit dari sebuah pengabdian).
11. Generasi biru, seluruh sahabat – sahabati angkatan, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Jadilah generasi yang baik dan bermanfaat.
12. Temen – temen FISIP ,Kang Jack, Bejo, Mbekz, Lepek , Angga, Fatra, Dwi Seastipanam.
13. Keluarga besar Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Rayon Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember Khususnya dan Cabang jember pada Umumnya.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 20 Desember 2011

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | ii |
| HALAMAN MOTTO | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iv |
| HALAMAN PEMBIMBINGAN..... | v |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | vi |
| RINGKASAN | vii |
| PRAKATA..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvii |
| BAB 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat..... | 8 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian | 9 |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA..... | 10 |
| 2.1 Landasan Teori | 10 |
| 2.2 Komunikasi Pemasaran..... | 10 |
| 2.3 Periklanan(<i>Advertising</i>) | 14 |
| 2.4 Media Iklan | 17 |
| 2.5 <i>Endorser</i> | 19 |
| 2.5.1 Peran Selebriti..... | 22 |
| 2.5.2 Kriteria <i>Celebrity Endorser</i> | 23 |

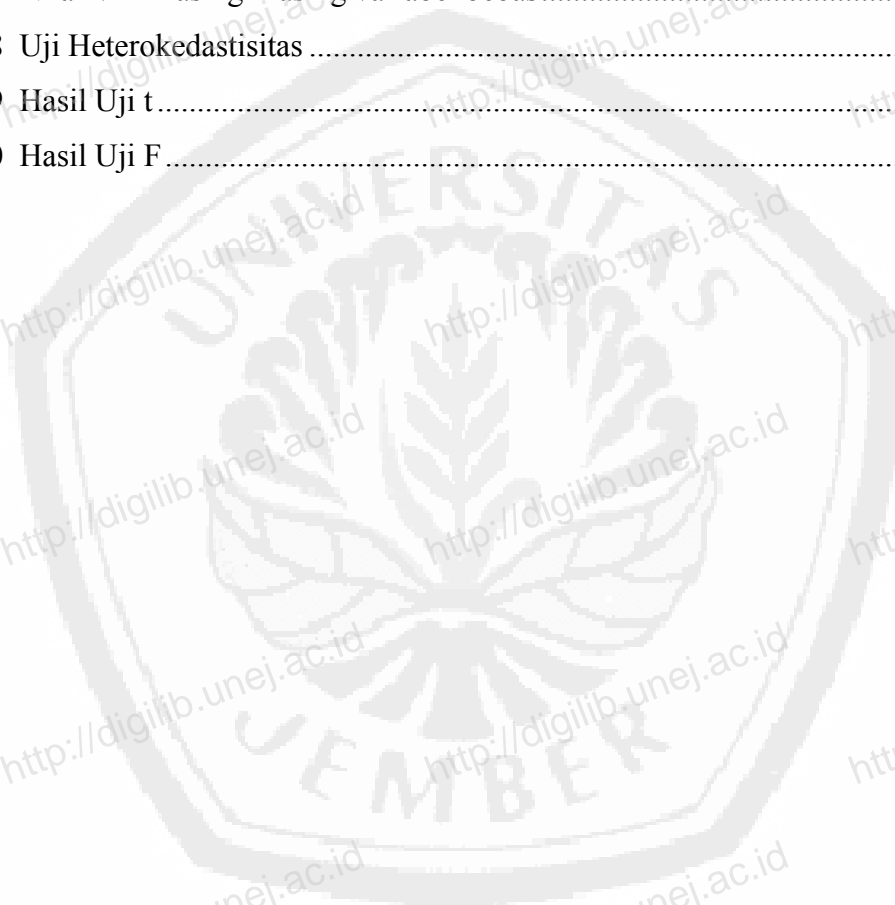
| | |
|---|-----------|
| 2.6 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)..... | 24 |
| 2.7 Penelitian Terdahulu | 29 |
| 2.8 Hipotesis..... | 31 |
| BAB 3. METODE PENELITIAN..... | 32 |
| 3.1 Rancangan Penelitian | 32 |
| 3.2 Kerangka Konseptual..... | 32 |
| 3.3 Tahap Pengumpulan Data | 34 |
| 3.3.1 Data Primer | 34 |
| 3.3.2 Data Sekunder..... | 34 |
| 3.4 Populasi Dan Sampel..... | 35 |
| 3.4.1 Teknik Dan Waktu Pengambilan Sampel..... | 35 |
| 3.5 Teknik Pengukuran | 36 |
| 3.6 Identifikasi Variabel..... | 37 |
| 3.7 Operasionalisasi Variabel | 37 |
| 3.8 Uji Instrumen | 39 |
| 3.8.1 Uji Validitas..... | 39 |
| 3.8.2 Uji Reliabilitas | 40 |
| 3.9 Metode Analilis Data | 40 |
| 3.9.1 Regresi Linier Berganda | 40 |
| 3.9.2 Uji Asumsi klasik..... | 41 |
| 3.10 Uji Hipotesis | 43 |
| 3.10.1 Uji F | 43 |
| 3.10.2 Analisis Koefisien Determinasi Berganda..... | 44 |
| 3.10.3 Uji T | 45 |
| 3.11 Kerangka Pemecahan Masalah | 46 |

| | |
|---|-----------|
| BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN | 48 |
| 4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian | 48 |
| 4.1.1 Profil Perusahaan..... | 48 |
| 4.2 Uji Instrumen Data | 50 |
| 4.2.1 Uji Validitas | 50 |
| 4.2.2 Uji Reliabilitas..... | 51 |
| 4.3 Analisis Statistik Deskriptif | 51 |
| 4.3.1 Karakteristik Umum Responden | 51 |
| 4.3.2 Deskripsi Variabel Penelitian..... | 53 |
| 4.4 Hasil dan Analisis Data | 61 |
| 4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda | 61 |
| 4.4.2 Uji Asumsi Klasik | 62 |
| 4.4.3 Uji t..... | 64 |
| 4.4.4 Uji F..... | 66 |
| 4.5 Pembahasan | 67 |
| BAB 5. KESIMPULAN | 69 |
| 5.1 Kesimpulan | 69 |
| 5.2 Saran | 69 |
| DAFTAR BACAAN | 71 |
| LAMPIRAN | 74 |

DAFTAR TABEL

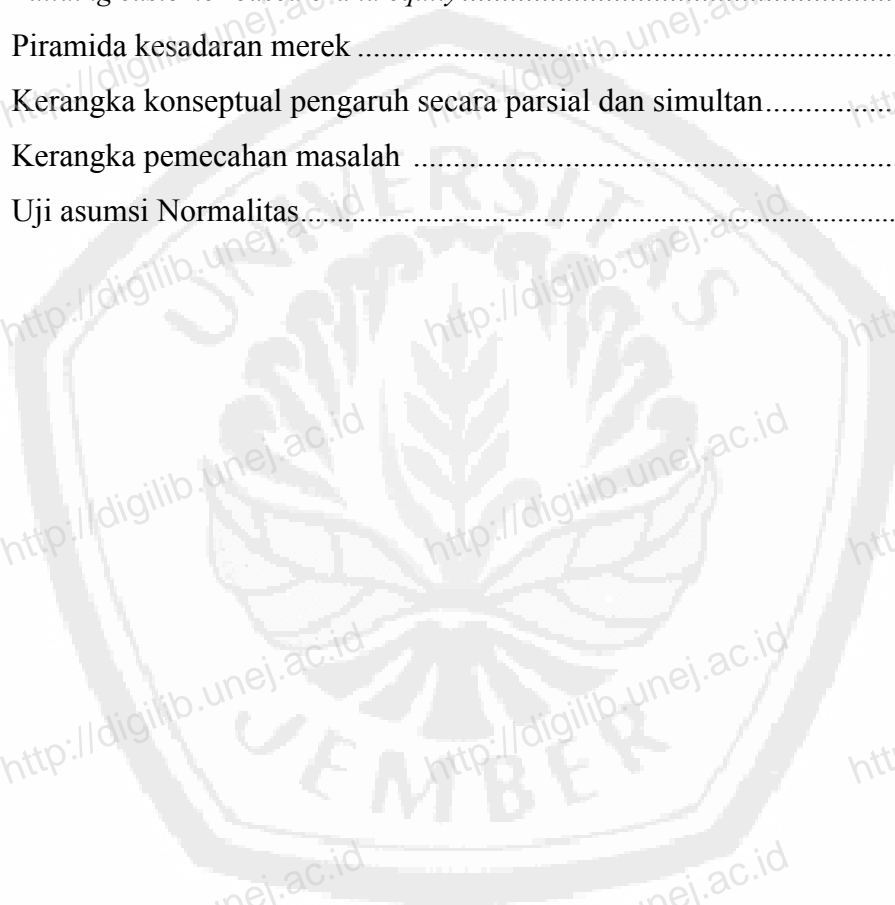
| | | |
|------|--|----|
| 1.1 | Pangsa pasar operator telekomunikasi GSM di Indonesia..... | 2 |
| 1.2 | Brand share operator telekomunikasi..... | 4 |
| 2.1 | Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini..... | 30 |
| 4.1 | Nama Direksi PT INDOSAT IM3..... | 49 |
| 4.2 | Hasil Uji Validitas Data..... | 50 |
| 4.3 | Hasil Uji Reliabilitas Data..... | 51 |
| 4.4 | Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden..... | 52 |
| 4.5 | Karakteristik responden berdasarkan angkatan responden..... | 53 |
| 4.6 | Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap item kecocokan <i>Celebrity Endorser</i> iklan dengan merek atau produk..... | 54 |
| 4.7 | Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap item ketenaran <i>Celebrity Endorser</i> iklan..... | 54 |
| 4.8 | Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap item penampilan fisik <i>Celebrity Endorser</i> iklan..... | 55 |
| 4.9 | Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap item perilaku baik <i>Celebrity Endorser</i> iklan IM3..... | 55 |
| 4.10 | Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap item pengetahuan <i>celebrity Endorser</i> iklan IM3..... | 56 |
| 4.11 | Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap item pengalaman <i>Celebrity Endorser</i> iklan IM3..... | 57 |
| 4.12 | Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap item ketrampilan <i>Celebrity Endorser</i> iklan IM3..... | 57 |
| 4.13 | Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap item pengenalan merek IM3 yang di iklankan oleh para <i>Celebrity Endorser</i> | 58 |

| | |
|--|----|
| 4.14 Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap item dapat mengingat kartu prabayar IM3 | 59 |
| 4.15 Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap item kartu prabayar yang paling di ingat adalah IM3 | 59 |
| 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 61 |
| 4.17 Nilai VIF masing-masing variabel bebas | 63 |
| 4.18 Uji Heterokedastisitas | 63 |
| 4.19 Hasil Uji t | 66 |
| 4.20 Hasil Uji F | 66 |



DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-----|---|----|
| 2.1 | Komunikasi pemasaran..... | 11 |
| 2.2 | Hirarki cara kerja periklanan..... | 16 |
| 2.3 | <i>Building customer based brand equity</i> | 26 |
| 2.3 | Piramida kesadaran merek..... | 27 |
| 3.1 | Kerangka konseptual pengaruh secara parsial dan simultan..... | 33 |
| 3.2 | Kerangka pemecahan masalah..... | 46 |
| 4.1 | Uji asumsi Normalitas..... | 65 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| 1. Kuesioner | 72 |
| 2. Hasil Penelitian | 75 |
| 3. Hasil Penghitungan Zscore | 77 |
| 4. Uji Instrumen | 79 |
| 5. Analisis regresi Linier Berganda | 84 |
| 6. Uji Asumsi Klasik | 85 |
| 7. r Tabel | 88 |
| 8. t Tabel | 90 |
| 9. F Tabel | 92 |
| 10. Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember | 94 |