



**PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSER* DALAM IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SIMCARD XL***

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010-2013
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)

SKRIPSI

Oleh

**Kholifatus Sholiha
NIM. 100210301067**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PEDIDIKAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2014**



**PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSER* DALAM IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SIMCARD XL***

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010-2013
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh

Kholifatus Sholiha
NIM. 100210301067

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PEDIDIKAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta puji dan syukur pada-Mu Allah SWT, atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Teristimewa Ayahanda dan Ibunda tercinta, trimakasih atas limpahan kasih sayang, segala pengorbanan, semangat, dukungan, nasehat serta doa yang tak henti-hentinya dipanjatkan untuk putri tercintanya.
2. Bapak Ibu dosen Pendidikan Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya dengan penuh kesabaran.
3. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi angkatan 2010 dan teman-teman UKM Kesenian Universitas Jember.
4. Almamater yang aku banggakan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

MOTTO

“Kegagalan menghancurkan pecundang, tapi kegagalan menginspirasi pemenang”

(Robert T. Kiyosaki)

“Setinggi apapun pangkat yang dimiliki, Anda tetaplah seorang pegawai, sekecil apapun usaha yang dimiliki, Anda adalah bosnya”

(Bob Sadino)

“Sukses itu menyukai diri sendiri, menyukai apa yang anda lakukan dan menyukai bagaimana anda melakukannya”

(Maya Angelou)

“Seni merupakan kebohongan yang memungkinkan kita untuk menyadari dan memahami kebenaran”

(Pablo Picasso)

“ My dreams today, can be my future tomorrow”

(Kholifatus Sholiha)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kholifatus Sholiha

NIM : 100210301067

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Daya Tarik *Celebrity Endorser* Dalam Iklan Terhadap Keputusan Pembelian *Simcard XL*”** (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010-2013 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan 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, 29 Oktober 2014

Yang menyatakan,

Kholifatus Sholiha

NIM. 100210301067

SKRIPSI

PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSER* DALAM IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SIMCARD XL*

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010-
2013 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)

Oleh

Kholifatus Sholiha

NIM. 100210301067

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Drs. Joko Widodo, M.M
Dosen Pembimbing II : Titin Kartini, S.Pd, M.Pd

PERSETUJUAN

**PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSER* DALAM IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SIMCARD XL***
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010-
2013 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata
Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi pada
Fakultas Keguruan dan Ilmu Kependidikan
Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Kholifatus Sholiha
NIM : 100210301067
Jurusan : Pendidikan IPS
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2010
Daerah Asal : Surabaya
Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 11 Maret 1992

Disetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Titin Kartini, S.Pd, M.Pd
NIP. 19801205 200604 2 001

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul “**PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSER* DALAM IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SIMCARD XL*** (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010-2013 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)” telah diuji dan disahkan pada:

hari : Rabu

tanggal : 29 Oktober 2014

tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Titin Kartini, S.Pd, M.Pd
NIP. 19801205 200604 2 001

Anggota I,

Anggota II,

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP. 19570528 198403 2 002

Dr. Sri Kantun, M.Ed
NIP. 19581007 198602 2 001

Mengesahkan

Dekan FKIP Universitas Jember,

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd.
NIP. 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

Pengaruh Daya Tarik Celebrity Endorser Dalam Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Simcard XL (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010-2013 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember); Kholifatus Sholiha, 100210301067; 2014: 59 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Seiring dengan perkembangan teknologi telepon genggam dan gadget yang semakin marak akhir-akhir ini tentu akan bersinergi dengan perkembangan bisnis operator seluler yang semakin pesat, hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat akan akses komunikasi seluler juga semakin meningkat. Saat ini tercatat bahwa terdapat 11 operator dan layanan telekomunikasi seluler di Indonesia yang terdiri dari GSM (*Global System for Mobile Communications*) dan CDMA (*Code Division Multiple Access*) dengan jumlah 270 juta pengguna. Tingginya persaingan bisnis operator seluler ini mendorong perusahaan untuk melakukan berbagai cara untuk mempertahankan dan merebut pasar, salah satunya adalah dengan membuat iklan yang dapat menarik perhatian konsumen. Periklanan memegang peranan yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, karena sebaik-baiknya produk yang ditawarkan tetapi jika produk tersebut tidak atau kurang dikenal masyarakat yang merupakan calon pembeli maka produk tersebut tidak akan terjual. *Simcard XL* merupakan produk dari jasa sistem telekomunikasi yang bergerak di bidang telepon seluler yang dikelola oleh PT. XL Axiata yang menggunakan iklan melalui berbagai untuk memasarkan produknya

Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah iklan. Salah satu bentuk kreatifitas yang dilakukan oleh para pelaku iklan dalam rangka membuat iklan yang menarik adalah dengan cara menggunakan daya tarik *celebrity endorser* yang banyak digemari agar dapat menarik

perhatian konsumen dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. *Celebrity Endorser* adalah orang yang akan memberikan dorongan atau bujukan kepada konsumen melalui perannya dalam sebuah iklan dan bertindak sebagai juru bicara perusahaan. Popularitas, bakat, kharisma dan daya tarik yang dimiliki selebriti sebagai *endorser* akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh dari daya tarik *celebrity endorser* dalam iklan terhadap keputusan pembelian *simcard* XL pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010-2013 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember. Responden penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010-2013 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember yang menggunakan *simcard* XL sebanyak 95 orang. Metode analisis data penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan inferensial. Hasil analisis diperoleh persamaan regresi $Y = 0,625 + 0,788X + e_i$. Hasil uji F diperoleh $F_{hitung} = 348,109 > F_{tabel} = 3,943$ dengan tingkat signifikansi 0,000 atau $< 0,05$, yang berarti bahwa daya tarik *celebrity endorser* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *simcard* XL. Melalui koefisien determinasi diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,789, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh daya tarik *celebrity endorser* dalam iklan terhadap keputusan pembelian *simcard* XL pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010-2013 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember sebesar 78,9% sedangkan sisanya yaitu 21,1% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak diteliti. Kesimpulan bahwa daya tarik *celebrity endorser* dalam iklan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *simcard* XL pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010-2013 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah, berupa skripsi yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik *Celebrity Endorser* dalam Iklan Terhadap Keputusan Pembelian *Simcard XL* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2010-2013 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Pudjo Suharso, M.Si., selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dr. Sukidin, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Titin Kartini, S.Pd, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi serta Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku dosen penguji I dan Dr. Sri Kantun, M.Ed selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
5. Semua dosen-dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada penulis sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;

6. Kedua orang tuaku tercinta yang tak kenal lelah menanyakan “kapan kamu lulus nak?” trimakasih atas kesabaran, kasih sayang dan pengorbanannya selama ini;
7. Sahabat-sahabat terbaikku yulia dan sari tempatku berbagi suka dan duka, trimakasih atas bantuan dan semangatnya, serta untuk sahabat-sahabatku lainnya yang juga selalu memberikan semangat vivi, mai, shaila, mbak hani, tiara, yeyen, rico, muje;
8. Sahabatku yang jauh dimata dekat dihati, winda rosa, mas yoga, mas pinus, mas adi, satria yang sudah seperti “Mario Teguh” yang tidak pernah bosan mendengar keluhan-keluhanku, memberikan motivasi, serta selalu mengingatkanku untuk *do the best*;
9. Bapak dan Ibu kost serta adik-adik kostku di jalan Nias III no.9 intan, dewi, suni, fitri, dina, ria, putri, yayuk, indah dan yuni yang sudah memberikan keceriaan dan trimakasih atas perhatian kalian selama ini;
10. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

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

Jember, 29 Oktober 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PERSETUJUAN	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
RINGKASAN	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori Periklanan	8
2.3 Landasan Teori <i>Celebrity Endorser</i>	11
2.3.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	11
2.3.2 Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i>	12

2.4 Landasan Teori Keputusan Pembelian	16
2.5 <i>Simcard XL</i>	21
2.6 Landasan Teori Pengaruh Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.7 Kerangka Berfikir	25
BAB 3. METODE PENELITIAN	26
3.1 Rancangan Penelitian	26
3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian	26
3.3 Metode Penentuan Responden	27
3.3.1 Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.4 Definisi Operasional Variabel	28
3.4.1 Daya Tarik <i>Celebrity Endorser (X)</i>	28
3.4.2 Keputusan Pembelian (Y).....	28
3.5 Jenis Data dan Sumber Data	29
3.5.1 Jenis Data	29
3.5.2 Sumber Data	29
3.6 Metode Pengumpulan Data	30
3.6.1 Metode Angket	30
3.6.2 Metode Observasi	30
3.6.3 Metode Wawancara	30
3.6.4 Metode Dokumenn	31
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	31
3.7.1 Uji Validitas.	31
3.7.2 Uji Reliabilitas	32
3.8 Metode Pengolahan Data	32
3.9 Metode Analisis Data.....	33
3.9.1 Analisis Deskriptif.	34
3.9.2 Analisis Inferensial	34
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38

4.1 Data Pelengkap	38
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	38
4.1.2 Gambaran Umum XL	38
4.2 Data Utama	42
4.2.1 Gambaran Umum Responden	42
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	44
4.3.1 Uji Validitas	44
4.3.2 Uji Reliabilitas	45
4.4 Analisis Data	45
4.4.1 Analisis Deskriptif	46
4.4.2 Analisis Inferensial	50
4.5 Pembahasan	53
4.5.1 Pengaruh Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> (X) Terhadap Keputusan Pembelian <i>Simcard XL</i> (Y).....	54
BAB 5. PENUTUP	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR BACAAN	58
LAMPIRAN-LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Operator Telekomunikasi	2
Tabel 2.1 Tarif Pengguna Simcard XL	22
Tabel 3.1 Daftar Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember Pengguna <i>Simcard</i> XL Tahun Akademik 2013/2014 Semester Genap.....	27
Tabel 3.2 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi.....	35
Tabel 4.1 Tarif Paket Akrab.....	38
Tabel 4.2 Tarif Nelpon Paket Kapan Aja	39
Tabel 4.3 Tarif SMS Paket Kapan Aja	39
Tabel 4.4 Tarif Paket Banyak	39
Tabel 4.5 Tarif Paket Serbu	40
Tabel 4.6 Komposisi Responden Berdasarkan Angkatan Kuliah	42
Tabel 4.7 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> dan Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.9 Tingkat Hubungan	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.11 Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Reliabilitas Instrumen.	45
Tabel 4.12 Data Variabel Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i>	46
Tabel 4.13 Data Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4.14 Hasil Analisis Garis Regresi Sederhana.....	50
Tabel 4.15 Rekapitulasi daya tarik <i>celebrity endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Simcard</i> XL.....	51
Tabel 4.16 Rekapitulasi Hasil SPSS Untuk Uji F.....	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Celebrity endorser iklan XL</i>	12
Gambar 2.2 Model Perilaku Pembeli.....	16
Gambar 2.3 Logo Merek XL	17
Gambar 2.4 Tahap-tahap Proses Pembelian	18
Gambar 2.5 Kerangka Dasar Teori	25

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Matriks Penelitian	61
Lampiran 2 Tuntunan Penelitian.....	63
Lampiran 3 Angket Penelitian	65
Lampiran 4 Tuntunan Wawancara	69
Lampiran 5 Data Responden	70
Lampiran 6 Rekapitulasi Hasil Angket	73
Lampiran 7 Hasil Analisis Data	79
Lampiran 8 Hasil Wawancara	94
Lampiran 9 Tabel r	98
Lampiran 10 Tabel F	99
Lampiran 11 Surat Permohonan Izin Penelitian	100
Lampiran 12 Surat Izin Penelitian	101
Lampiran 13 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	102
Lampiran 14 Dokumentasi Kegiatan	103
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup	107
Lampiran 16 Lembar Konsultasi	108
Lampiran 17 Angket Jawaban Responden	110