

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER AGNES MONICA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA
VARIO PADA DEALER KELIMUTU DI KOTA ENDE**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH

**KRISTINA WENNIL.V.LONGGA
2019410808**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTA EKONOMI

UNIVERSITAS FLORES

ENDE

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : KRISTINA WENY L.V LONGGA

Nim : 2019410808

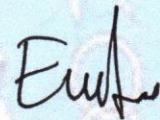
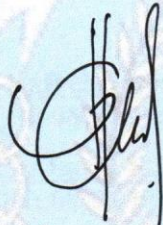
**Judul : PENGARUH CELEBRITY ENDORSER AGNES MONICA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOTOR HONDA VARIO PADA DEALER KELIMUTU DI KOTA
ENDE**

Ende, 05 September 2023

Telah Diuji dan Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Avianita Rachmawati, S.Sos., MM

Maria Endang Jamu, SE.,MM

NIDN: 0814058001

NIDN: 0814109101

**Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores**



Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN: 0825077101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah Diterima dan Disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 05 September 2023



Mengesahkan
Dean Fakultas Ekonomi
Iriany Dewi Soleiman, SE.,M.Sc
NIDN: 0826037001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Lambertus Lages, SE.,M.Sc
NIDN: 0825077101

Dewan Penguji:

- | | | | | |
|----|---|---|----|--|
| 01 | : | <u>Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc</u>
NIDN: 0826097401 | 1. | |
| 02 | : | <u>Yulius Laga, SE.,M.Ec.,Dev</u>
NIDN: 0805078703 | 2. | |
| 03 | : | <u>Stefanus Notan Tupen, S.Pd.,M.Si</u>
NIDN: 0829069001 | 3. | |
| 04 | : | <u>Maria Endang Jamu, SE.,MM</u>
NIDN: 0814109101 | 4. | |
| 05 | : | <u>Dr. Avianita Rachmawati, S.Sos., MM</u>
NIDN: 0814058001 | 5. | |



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul “Pengaruh Celebrity Endorser Agnes Monica Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario Pada Dealer Kelimutu Di Kota Ende” Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 05 September 2023 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat, pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya sakin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain atau keseluruhan memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila Saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelas dan ijasah yang telah diberikan oleh UNIVERSITAS batal saya terima.

Ende, 05 September 2023
Yang Memberik Peryantaan



(Kristina Weny L.V Longga)

MOTTO

“Janganlah Berputus Asa
Walau Kegagalan Datang Seribu Kali
Ingatlah Bahwa Tuhan Selalu Ada Bersama Kita”

(Wenni Longga)

PERSEMBAHAN

Peneliti mengucapkan syukur kepada tuhan yang maha esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, Sehingga berkesempatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Celebrity Endorser Agnes Monica dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario Pada Dealer Kelimutu Di Kota Ende” . Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Di Fakultas Ekonomi Universitas Flores.

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa hadir menyertai dan menuntun penelitian menuju keberhasilan.
2. Kedua Orang Tua Saya Tercinta yang telah membesarkan,membiayai memotivasi serta mengiringku dengan doa dan pengorbanan demi mencapai kesuksesan
3. Keluargaku yang tersayang yang telah membantu,Kalian sudah jadi penyemangat buat saya dalam menjalani masa perkuliahan ini
4. Dosen pembimbing satu dan pembimbing dua Ibu Avianita Rachmawati,S.Sos.,MM Dan Ibu Maria Endang Jamu,SE,MM selaku pembimbing dua yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk Teman-Temanku tercinta yang selalu beri semangat dan selalu memberi motivasi buat saya untuk menyelesaikan skripsi ini
6. Untuk Pacar Saya Freinadements Aldino Wora yang selalu ada,selalu setia,dan selalu support saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman-teman seperjuangan angkatan 2019 program studi Manajemen yang selalu membantu dan memberi dukungan
8. Almamater tercinta Universitas Flores Terima kasih untuk kalian semua,akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua orang-orang yang saya cintai.semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna u ntuk kemajuan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang.Amin

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan kasih-Nya yang berlimpah sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pembuatan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Flores.

Peneliti sangat menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini sangat jauh dari kesempurnaan. Walaupun sangat sederhana tanpa bantuan dari berbagai pihak pastinya peneliti akan mengalami berbagai macam kesulitan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, Peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Laurentinus D. Gadi Djou, Akt selaku Ketua Yayasan Perguruan Tinggi Universitas Flores.
2. Bapak Dr. Simon Sira Padji, MA selaku Rektor Universitas Flores
3. Ibu Iriany Dewi Soleiman, SE., M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores
4. Bapak Lambertus Langga, SE., M, Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores
5. Ibu Dr. Avianita Rachmawati, S.Sos., MM selaku pembimbing 1 dan Ibu Maria Endang Jamu, SE., MM selaku pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing, memotivasi, dan mendorong penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

6. Bapak Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Untuk Dealer kelimutu di kota ende yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dan membagikan informasi ataupun data yang dibutuhkan.
8. Serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa pembuatan tugas akhir ini jauh dari sempurna, Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun peneliti diharapkan.

Ende, Agustus 2023

(Kristina Wenni L.V Longga)
2019410808

ABSTRAK

Kristina Wenni L.V Longga.2019410808. Pengaruh Celebrity Endorser Agnes Monica dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario Pada Dealer Kelimutu Ende. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi Universitas Flores 2023. Pembimbing I Ibu Dr Avianita Rachmawati,S.Sos.MM Pembimbing II Ibu Maria Endang Jamu,SE.,MM.

Tujuan Penelitian Ini adalah (1) Untuk mengetahui apakah Celebrity Endorser berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (2) Untuk mengetahui apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (3) Untuk mengetahui apakah Celebrity Endorser dan Citra Merek secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal. Sampel dalam penelitian ini adalah 34 responden konsumen pembelian Motor Honda Vario. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Regresi linear berganda digunakan untuk uji hipotesis penelitian ini. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) Ada pengaruh signifikan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai beta (β) 0,347 (2) Ada pengaruh signifikan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai beta (β) 0,570. Hasil analisis determinasi penelitian ini adalah uji yang dibuat untuk menestiminasi seberapa besar kemampuan suatu model dalam menduga variable dependen. Hal ini berarti bahwa keputusan pembelian Motor Honda merek Vario pada Dealer Kelimutu di kota ende, dipengaruhi oleh celebrity endorser Agnes Monica dan Citra Merek sebesar 53,4 %, sedangkan sisanya 46,6 % di jelaskan oleh variabel lain di luar model regresi.

Kata Kunci : *celebrity endorse, citra merek dan keputusan pembelian*

ABSTRACT

Kristina Wenni L.V Longga.2019410808.Influence of Celebrity Endorser Agnes Monica and Brand Image on Purchasing Decisions Of Honda Vario Motorcycles at Kelimutu Ende Dealer. Management Study Program Faculty of Economics,Universitas Of Flores 2023. Supervisor I Mrs.Dr Avianita Rachmawati,S.Sos.MM Advisor II Mrs.Maria Endang Jamu,SE.,MM.

The aims of this study were (1) To find out whether Celebrity Endorser influence purchasing decisions for Honda vario motorbikes (2) To find out whether Brand Image influence purchasing decisions for Honda Vario motorbikes (3) To find celebrity endorser and brand image have a significant effect on purchasing Honda Vario this research includes causal associative research.The sample in this study were 3 consumer respondents who purchased Honda Vario motorcycles. The data were collected using a questionnaire than had been tested for validity and reliability. Result multiple linear regression was used to test the research hypothesis.beta (B) 0.347 (2)There is a significant influence of brand image on purchasing decisions with a value of beta (B) 0.570.The result of the determination of this study is a test made to estimate how much the ability of a model in predicting the dependet variable.This means that the dicisionto purchase a Honda motorcyles with the vario brand at dealer kelimutu in the city of ende is influence by celebrity endorser agens monica and a brand image of 53,4 % while the remaining 46.6 % is explained by other variable outside the regression model

Keywords : celebrity endorse , brand image and purchase decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Celebrity Endorser	8
2.1.1.1 Pengertian Celebrity Endorser	8
2.1.1.2 Indikator Celebrity Endorser.....	9
2.1.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Celebrity Endorser	10

2.2.1 Citra Merek.....	11
2.2.1.1 Pengertian Citra Merek.....	11
2.2.1.3 Indikator Citra Merek.....	12
2.2.1.4 Faktor – Faktor Citra Merek.....	12
2.3.1 Keputusan Pembelian.....	13
2.3.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.3.3.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.3.3.3 Faktor – Faktor Keputusan Pembelian.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	17
2.3.1 Hubungan Variabel Celebrity Endorser (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	17
2.3.2 Hubungan Variabel Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	18
2.3.3 Hubungan Variabel Celebrity Endorser (X1) dan Variabel Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	18
2.4 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Lokasi Penelitian.....	20
3.3 Populasi dan Sampel.....	20
3.3.1 Pengertian Populasi.....	20
3.3.2 Pengertian Sampel.....	21
3.4 Sumber Data.....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6 Instrumen Penelitian.....	23
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	24
3.8 Definisi Operasional Variabel Dan Skala Pengukuran Variabel.....	24

3.9 Teknik Analisis data	25
3.9.1 Uji Dekriptif.....	26
3.9.2 Uji Statistik	26
3.10 Uji Instrument Penelitian	26
3.10.1 Uji Validitas.....	26
3.10.2 Uji Reliabilitas	27
3.11 Asumsi Klasik	27
3.11.1 Uji Normalitas.....	27
3.11.2 Uji Multikolinieritas	27
3.11.3 Uji Heteroskedastisitas	28
3.11.4 Analisis Regresi Linear Berganda	28
3.12 Uji Hipotesis.....	28
3.12.1 Uji f.....	28
3.12.2 Uji t	29
3.12.3 Koefisien Determinasi (R^2)	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	30
4.1.1 Sejarah Singkat Pada Dealer Kelimutu Ende.....	30
4.1.2 Struktur Dan Bagan Organisasi	31
4.1.3 Uraian Tugas.....	31
4.1.4 Aktivitas Perusahaan.....	32
4.1.5 Visi dan Misi Dealer Kelimutu Ende.....	33
4.2 Hasil Penelitian	33
4.2.1 Deskriptif Data Responden	33
4.2.2 Uji Instrumen Penelitian	36
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	40

4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda	43
4.2.5 Uji Hipotesis	45
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	49
4.3.1 Pengaruh Celebrity Endorser Agnes Monica Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Merek Vario Pada Delear Kelimutu di Kota Ende	49
4.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Merek Vario Pada Delear Kelimutu di Kota Ende	51
4.3.3 Pengaruh Celebrity Endorser dan Citra Merek Agnes Monica Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Merek Vario Pada Delear Kelimutu di Kota Ende	53
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Motor Honda Tahun 2021-2023	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Skala Likert.....	23
Tabel 3.2 Devinisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	35
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Glejser	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	46
Tabel 4.11 Hasil Uji F	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	19
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	31
Diagram 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia.....	34
Diagram 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Diagram 4.3 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	36