

**PENGARUH PERSEPSI PADA IKLAN DAN *CELEBRITY ENDORSER*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK
MIE INSTAN MEREK MIE SEDAAPWHITE CURRY**

***THE INFLUENCE OF PERCEPTION IN ADVERTISING AND CELEBRITY
ENDORSER TOWARD THE CONSUMER PURCHASE DECISION OF
NOODLES PRODUCTS ESPECIALLY SEDAAP WHITE CURRY BRANDS***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

TRI INDAH RAHMANA

20130410222

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Tri Indah Rahmana

Nomor mahasiswa : 20130410222

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH PERSEPSI PADA IKLAN DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK MIE INSTAN MEREK MIE *SEDAAPWHITE CURRY*”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 28 April 2017

Tri Indah Rahmana

MOTTO

“Dan mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan sholat. Dan (sholat) itu sungguh berat kecuali bagi orang-orang yang khusyuk”. (QS. Al-Baqarah :45)

“Sungguh, Al-Qur’an ini memberi petunjuk ke (jalan) yang paling lurus dan memberi kabar gembira kepada orang mukmin yang mengerjakan kebajikan, bahwa mereka akan mendapat pahala yang besar” (QS. Al-Isra’ : 9)

“Allah menyediakan azab yang keras bagi mereka, maka bertaqwalah kepada Allah wahai orang-orang yang mempunyai akal (Yaitu) orang-orang yang beriman. Sungguh, Allah telah menurunkan peringatan kepadamu” (QS. At-Talaq : 10)

“Sebaik-baik kamu adalah orang yang mempelajari Al-Qur’an dan mengajarkannya” (HR. Bukhari)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Ayah dan ibuku tercinta, yang selalu mendo'akan dan memberikan

kasih sayangnya yang tak terhingga, terima kasih selalu

memberikan yang terbaik

Kakak-kakakku tersayang yang selalu memotivasi dan memberikan

semangat

Ponakanku yang lucu-lucu (Zora, Affan, Razqa) yang selalu

menghibur dengan canda tawanya

Sahabat-sahabat terbaikku terimakasih atas dukungannya

Teman-teman seangkatan seperjuangan

Almamaterku tercinta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kerangka Teori	6
1. Persepsi Pada Iklan	6
2. <i>Celebrity Endorser</i>	8
3. Keputusan Pembelian.....	11

B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	13
C. Pengembangan Hipotesis	15
D. Model Penelitian	18

BAB III METODE PENELITIAN

A. Obyek / Subyek Penelitian.....	19
B. Jenis Data.....	19
C. Teknik Pengambilan Sampel	19
D. Teknik Pengumpulan Data.....	20
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	21
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data	22
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	23

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	26
B. Hasil Uji Kualitas Instrumen dan Data	30
C. Hasil Uji Hipotesis dan Analisis Data	34
D. Pembahasan	37

BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan	42
B. Keterbatasan Penelitian.....	42
C. Saran	43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1	Instrumen Skala Likert	20
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	21
Tabel 4.1	Rincian Penyebaran Kuesioner	28
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Usia	29
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	30
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Pre-tes	31
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Pre-tes	31
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.9	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	34
Tabel 4.10	Hasil Uji F	35
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian.....	18
------------	-----------------------	----