

**ANALISIS PENGARUH IKLAN DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP
MINAT BELI SEPATU NIKE DENGAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
YOGYAKARTA)**

***THE ANALYSIS EFFECT OF ADVERTISING AND CELEBRITY ENDORSER
TOWARDS INTEREST TO BUY NIKE SHOES WITH BRAND AWARENESS AS
INTERVENING VARIABLES
(STUDY ON STUDENTS IN THE UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH
YOGYAKARTA)***

SKRIPSI



Oleh

A.MUFLIH IKHSAN

20150410326

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : A.Muflih Ikhsan

Nomor Mahasiswa : 20150410326

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “**Analisis Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Sepatu Nike dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**” 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 dikutip 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, 13 Desember 2019



A.Muflih Ikhsan

MOTTO

“Selalu ada alhamdulillah ketika diawali dengan bismillah”

Fa inna ma'al 'usri yusra

“Karena sesungguhnya, sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5)

“Hiduplah dengan versi nyamanmu bukan dengan versi mereka”

“Hidup hanya sekali buat berarti lalu mati”

“Keberhasilan itu adalah sebuah titik kecil yang berada di puncak gunung kegagalan” - Bob Sadino

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT dari hati yang terdalam, skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Kedua orang tua terkasih Ir.A.Baharuddin MUS dan Hj.Suhada,S.Pi atas segala dukungan,nasehat,motivasi,doa dan kasih sayang yang tak terhingga.
2. Adikku tercinta A.Adnan Mukarram, A.Hisyam Hamdan, A.Nahda Kalsum serta segenap keluarga berkat doa dan dukungan, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Sahabat seperjuangan Manajemen angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMY.
4. Keluarga besar IPMAPI SUL-SEL DIY (Ikatan Pelajar Mahasiswa Pinrang Sul-Sel DIY). Organisasi yang membesarkanku semenjak kuliah menjadi wadah tempat belajar banyak tentang berbagai hal dan menjadi keluarga di tanah rantau.
5. Teman terbaikku dalam mengejar mimpi RnR family dan kontrakan kampank.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH IKLAN DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI SEPATU NIKE DENGAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIAH YOGYAKARTA)” dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Ibu Hasnah Rimiyati, Dra., M.Si. selaku pembimbing yang telah dengan sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi. Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan pula kepada:

1. Dr. Rizal Yaya S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati Purnama Asri, M.Si., Ph.D selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Hasnah Rimiyati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan rasa sayang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen khususnya di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.

5. Jajaran staff Program Studi Manajemen, staff Tata Usaha, staff Lab Manajemen, staff PPM , dan Perpustakaan yang telah berjasa dalam membantu terkait penyelenggaraan perkuliahan penulis.
6. Semua pihak yang telah membantu penulis, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu kepada para pembaca. Semoga pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini dapat dibalas dengan banyak-banyak kebaikan. Amin ya Rabbal'alamin..

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 13 Desember 2019

Penulis

A.Muflih Ikhsan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat Teoritis.....	5
2. Manfaat Praktis.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Iklan	7
2. <i>Celebrity Endorser</i>	10
3. <i>Brand awareness</i>	12
4. Minat Beli	14
B. Hasil Penelitian Terdahulu	16
C. Hipotesis Penelitian	22
D. Model Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Objek dan Subjek Penelitian	30

B. Jenis Data	30
C. Teknik Pengambilan Sampel	31
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Defenisi Operasional Variabel Penelitian	32
F. Uji Kualitas Instrumen	34
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Objek/subjek Penelitian	42
B. Uji Kualitas Instrumen	45
C. Statistik Deskriptif	47
D. Hasil Penelitian	49
E. Pengujian Hipotesis	56
F. Pembahasan	61
1. Pengaruh Iklan Terhadap <i>Brand Awareness</i>	61
2. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap <i>Brand Awareness</i>	62
3. Pengaruh Iklan Pelanggan Terhadap Minat Beli	64
4. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli	65
5. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Beli.....	66
6. Hubungan antara Iklan dengan Minat Beli di Mediasi <i>Brand Awareness</i>	68
7. Hubungan antara <i>Celebrity Endorser</i> dengan Minat Beli di Mediasi <i>Brand Awareness</i>	69
BAB VSIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	71
A. Simpulan.....	71
B. Keterbatasan Penelitian.....	73
1. Akademik.....	73
2. Praktek	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Peringkat Top Brand Index Tahun 2018.....	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1. Defenisi Operasional Variabel Penelitian	33
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	42
Tabel 4.2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3. Distribusi Responden Berdasarkan Jurusan Responden	43
Tabel 4.4.Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan Responden.....	44
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas & Realibilitas	46
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Iklan	47
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Celebrity Endorser	48
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel Brand Awareness	48
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli	49
Tabel 4.10. Perhitungan degrees of freedom	49
Tabel 4.11. Menilai goodness of fit	55
Tabel 4.12. Hubungan antar variabel	57
Tabel 4.13. Standardized Direct Effects	60
Tabel 4.14. Standardized Indirect Effects	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Model Penelitian	29
Gambar 4.1.	Pemodelan SEM.....	51
Gambar 4.2.	Output Model Diagram Jalur.....	61