

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Dewi Mondari

Pengaruh Shireen Sungkar Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Fair & Lovely Pada Mahasiswi Berlatar Islam di Yogyakarta

Tahun Skripsi: 2017+104 halaman+7Gambar+14Tabel

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh celebrity endorser yang meliputi *Attractiveness* (daya tarik), *Trustworthiness* (kepercayaan), dan *Expertise* (keahlian) terhadap keputusan pembelian fair & lovely pada mahasiswi berlatar islam di Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi universitas berlatar islam di Yogyakarta yang memakai fair & lovely. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka yang diberikan kepada responden secara langsung. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini pun menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari *celebrity endorser* yang meliputi Daya tarik (X1), Kepercayaan (X2), dan Keahlian (X3) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) pada fair & lovely. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 11,111 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Secara terpisah, variabel kepercayaan (X2) paling berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan menunjukkan nilai t_{hitung} 3,189 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), berikutnya variabel daya tarik (X1) juga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan menunjukkan nilai t_{hitung} 3,669 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dan variabel keahlian (X3) pun juga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan menunjukkan nilai t_{hitung} 3,189 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$)

Kata kunci: *Celebrity endorser*, *Attractiveness*, *Trustworthiness*, *Expertise*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

**University of Muhammadiyah Yogyakarta
Faculty of Social Science and Political Science
Department of Communication Science
Concentration Advertising**

Dewi Mondari

The Influences of Shireen Sungkar as Celebrity Endorser on Purchasing Decision of Fair & Lovely on Islamic Student in Yogyakarta

Thesis Year: 2017+104 Pages+7 Picture+14 Table

This research is aimed to examine the effect of celebrity endorse that includes Attractiveness, Trustworthiness, and Expertise to purchase decision on the product of Fair & Lovely of islamic students in Yogyakarta. The population in this research is all muslim university students in Yogyakarta who use Fair & Lovely. Sample collection technique is using nonprobability sampling. Based on the calculation, there are 100 people using this product. Data collection technique used in this research is to use questionnaire in the form of questions / statements given to respondents directly. Data analysis technique used is regression multiple linear for answering the hypothesis of this research.

The result of this research indicates that there is significant influence of celebrity endorse that includes attractiveness (X1), trustworthiness (X2), and expertise (X3) simultaneously and partially to purchase decision (Y) on Fair & Lovely product. It is evidenced by the value of Fcount is 11,111 and the significant value is 0,000 ($0,000 < 0,05$). Separately, variable of trustworthiness (X2) is the most significant influence for consumer purchase decision by showing value of tcount is 3,189 and significant value is 0,000 ($0,000 < 0,05$), then variable of attractiveness (X1) is also influence significantly for consumer purchase decision by showing value of tcount is 3,669 and significant value is 0,000 ($0,000 < 0,05$). Variable of expertise (X3) is giving significant influence too for consumer purchase decision by showing value of tcount 3,189 and significant value is 0,001 ($0,001 < 0,05$).

Keywords: Celebrity Endorser, Attractiveness, Trustworthiness, Expertise, Purchase Decision