

**PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK DAN
DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSE*
TERHADAP SIKAP KONSUMEN
(Studi pada *OPPO Smartphone* di Kecamatan Kedung)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S 1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun oleh.

EMI NAYLIYAH

NIM. 131110000988

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM
NAHDLATUL ULAMA
JEPARA 2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK DAN
DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSE*
TERHADAP SIKAP KONSUMEN
(Studi pada *OPPO Smartphone* di Kecamatan Kedung)**

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan
dihadapan tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama' Jepara

Nama : Emi Nayliyah
NIM : 131110000988
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing

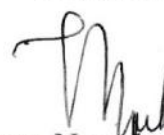
Pembimbing I



(Murharsito, S.E., M.Sc.)

Tgl. 26 September 2016

Pembimbing II



(Dwi Agung Nugraha Arianto, SE,MM)

Tgl. 27 September 2016

**PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK DAN
DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSE*
TERHADAP SIKAP KONSUMEN**

(Studi pada *OPPO Smartphone* di Kecamatan Kedung)

Nama Penyusun : Emi Nayliyah

NIM : 131110000988

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama' Jepara.

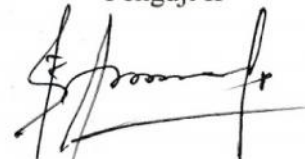
Pada hari Jumate....., tanggal 30 September 2016

Penguji I



(Noor Arifin, S.E., M.Si.)
NIY. 1 680817 08 055

Penguji II



(Samsul Arifin, S.E., MM)
NIY. 1 740719 99 134

Mengesahkan

Ketua Program Studi Manajemen



(A. Khoirul Anam, S.E., M.Si.)

NIY. 1 800421 06 041

MOTTO

- ❖ Jangan pernah menyerah untuk mendapatkan apa yang kita inginkan
- ❖ Jangan menyerah dengan keadaan selagi kita masih bisa berusaha
- ❖ Keuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai doa karena sesungguhnya nasib seseorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa usaha.....

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari program S-1 jurusan Manajemen seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata 1 (S-1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama' Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

Skripsi berjudul : Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Daya Tarik Celebrity Endorse terhadap Sikap Konsumen

1. Saya juga mengakui bahwa hasil skripsi ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu:
 - a. Murharsito, S.E., M.Sc
 - b. Dwi Agung Nugroho Arianto, S.E., MM.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian bagian tertentu, saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, 27 september 2016



Emi Nayliyah

Emi Nayliyah

131110000988

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena mulai munculnya berbagai merek-merek khususnya pada *smartphon* yang banyak meramaikan pasar elektronik. Berbagai macam produk *smartphon* telah bermunculan dipasaran tentunya konsumen akan lebih mudah dalam memilih produk *smartphon* yang memberikan kualitas yang baik. Meskipun oppo *smartphon* merupakan produk baru yang mampu bersaing dengan *smartphon* lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan, citra merek dan *celebrity endorse* terhadap sikap konsumen. penelitian ini dilakukan terhadap konsumen oppo *smartphon*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 99 responden dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,427X_1 + 0,059X_2 + 0,452X_3 + e$$

Dimana variabel sikap konsumen (Y), Iklan (X1), citra merek (X2), dan *celebrity endorse* (X3). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel Iklan dan *celebrity endorse* berpengaruh positif signifikan terhadap variable sikap konsumen dan variable citra merek berpengaruh positif terhadap sikap konsumen. uji F dapat diketahui bahwa variabel iklan, citra merek dan *celebrity endorse* memang layak untuk menguji variabel dependen sikap konsumen. Angka Adjusted R Square sebesar 0,541 menunjukkan bahwa 54,1% variasi sikap konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 45,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : iklan, citra merek , *celebrity endorse*, sikap konsumen