PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BERBASIS MARKETING ENDORSER DALAM MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS PADA PRODUK SEPEDA MOTOR

(Studi pada Mahasiswa Ekonomi Unissula Semarang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

NANANG PRASTYO

NIM : 0421010032

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI
SEMARANG

2018

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BERBASIS MARKETING ENDORSER DALAM MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS PADA PRODUK SEPEDA MOTOR

(Studi pada Mahasiswa Ekonomi Unissula Semarang) Semarang)

Disusun Oleh :

NANANG PRASTYO

0421010032

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya

dapat diajukan kehadapan sidang panitia ujian skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, Agustus 2016

Dosen Pembimbing

Agus Sobari, SE, MS.i

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI

PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BERBASIS MARKETING ENDORSER DALAM MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS PADA PRODUK SEPEDA MOTOR

(Studi pada Mahasiswa Ekonomi Unissula Semarang) Semarang)

Disusun Oleh :
Nanang Prastyo
Nim : 0421010032

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 26 Maret 2018

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Agus Sobari, SE, MS.i

Penguji I

Dr. H. Asyhari, MM

Penguji II

Drs. H. Noor Kholis, MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Tanggal. 26 Maret 2018

Ketua Program Studi Manajemen

Dr H. Ardian Adhiatma, SE, MM

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawahini :

Nama : **Nanang Prastyo**

NIM : **0421010032**

Jurusan : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi UNISSULA**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **"PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BERBASIS MARKETING ENDORSER DALAM MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS PADA PRODUK SEPEDA MOTOR (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Unissula Semarang)"** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 29 Maret 2018 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau tiru yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Dan saya bersedia bila gelar dan ijasah yang diberikan oleh universitas dibatalkan.

Semarang, 26 Maret 2018

Dosen Pembimbing	Yang Memberi Pernyataan
Agus Sobari, SE, MS.i	Nanang Prastyo

ABSTRAKSI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan dan menganalisis pengaruh *visibility, credibility, Attraction* dan *power* terhadap *brand awareness* dan keputusan pembelian pada produk sepeda motor. Populasi yang digunakan adalah adalah mahasiswa jurusan Ekonomi Unissula Semarang yang sudah pernah melihat tayangan iklan sepeda motor, dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Alat analisisnya adalah path analysis, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Visibility* terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap *brand awareness*, yang dapat diartikan bahwa semakin popularitas selebritis dikenal dan disukai oleh pemirsa karena mampu mengkomunikasikan dengan baik terhadap produk yang diiklankan, maka akan semakin mampu meningkatkan kesadaran mahasiswa setelah melihat tayangan iklan sepeda motor. *Credibility* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*, artinya semakin tinggi keahlian dan kemampuan selebriti untuk memberi keyakinan atau percaya diri pada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kesadaran konsumen. *Attraction* dan *Power* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness. Visibility, credibility, attraction* dan *power* mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. *Brand awareness* mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian, dapat diartikan bahwa semakin tinggi ingatan konsumen terhadap produk yang diiklankan, maka akan semakin menumbuhkan kesadaran konsumen untuk memutuskan pembelian.

Kata Kunci : *Visibility, credibility, Attraction, power, brand awareness* dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study is to describe and analyze the effect of visibility, credibility, Attraction and power on brand awareness and purchasing decisions on motorcycle products. The population used is a student majoring in Economics Unissula Semarang who have ever seen motorcycle ad impressions, with the number of samples of 100 respondents. The sampling technique used in this research is purposive sampling. The analysis tool is the path analysis, where previously tested the validity and reliability as well as the classical assumption test.

The test results show that Visibility is proven to have a significant positive effect on brand awareness, which means that the popularity of celebrities is known and liked by viewers because it is able to communicate well to the advertised product, it will increasingly increase student awareness after seeing the advertisement of motorcycle advertisement Credibility has a positive and significant influence on brand awareness, meaning that the higher skills and the ability of celebrities to give confidence or confidence in consumers, it will further increase consumer awareness. Attraction and Power proved to have a positive and significant impact on brand awareness. Visibility, credibility, attraction and power have a positive influence on purchasing decisions. Brand awareness has a significant positive effect on purchasing decisions, it can be interpreted that the higher the consumer's memory of the advertised product, the more will grow consumer awareness to decide the purchase.

Keywords: Visibility, credibility, Attraction, power, brand awareness and purchasing decisions

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

- Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajad. Dan Allah mengetahui apa yang kamu lakukan. (Q. S. Al-Mujaadalah :11)
- Tinggalkanlah kesenangan yang menghalangi pencapaian kecemerlangan hidup yang di idamkan. Dan berhati-hatilah, karena beberapa kesenangan adalah cara gembira menuju kegagalan

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- *Kedua orang tuaku dan saudaraku tercinta yang selalu memotivasi dan berdoa untuk keberhasilanku*
- *Sahabat – sahabatku yang selalu memberiku semangat dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.*
- *Almamater*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb

Segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga skripsi tentang **"** PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BERBASIS MARKETING ENDORSER DALAM MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS PADA PRODUK SEPEDA MOTOR (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Unissula Semarang)**"** dapat penulis selesaikan dengan baik.

Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Atas berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah berkenan untuk memberikan segala yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini, perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Agus Sobari, SE, MS.i selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
2. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu tercinta yang telah mensupport dan mendoakan sehingga selesai dalam penyusunan skripsi ini.

4. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari akan kekurangsempurnaan penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan agar kelak dikemudian hari dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, Januari 2017

Penulis,

Nanang Prastyo