

## KATA PENGANTAR

**Assalamualaikum Wr. Wb.**

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan kekuatan-Nya, hidayah-Nya serta rahmat-Nya sehingga penulis dapat memulai mengerjakan skripsi ini, menjalani setiap prosesnya, hingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang di beri judul “Pengaruh Elemen Endorser IM3 Mobile Academy Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Seluler Prabayar IM3.”

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam mendapatkan gelar sarjana Institut Manajemen Telkom. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan pengalaman penulis, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik membangun yang insya Allah penulis jadikan acuan dan bahan perbaikan di masa yang akan datang.

Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Imansyah Lubis, S.Sos, M.SN selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingannya dan atas bantuan beliau skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Ayah saya Deden Sobandi sebagai sosok yang tak henti menginspirasi untuk saya menjadi seseorang yang lebih baik. Ibu saya tercinta Ela Nirmala yang selalu tersenyum dan mendoakan saya yang terbaik. Do'a kalianlah yang saya percayai sebagai suatu energy positif yang melancarkan jalan hidup saya. Yang tak pernah berhenti memberikan semangat dan motivasi bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Adik-adik saya tercinta Khizfi Nurfiqoh dan Iqlima Green yang saya sayangi yang selalu memberikan motivasi dan inspirasi terbaiknya dengan cara yang mungkin mereka sendiri belum mengerti.
4. Bapak dan ibu dosen pengajar, staf perpustakaan, secretariat S-1, civitas akademisi dan administrasi IM Telkom.
5. Seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner yang saya ajukan.
6. Seluruh pihak dengan tidak mengurangi rasa hormat tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis memohon maaf sebesar-besarnya atas keterbatasan dan kekurangan yang ada pada skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bagi almamater tercinta serta dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Amin

**Wassalamualaikum Wr. Wb**

Bandung, 4 April 2014

M. Riffal Khalwafi

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah dan Perkembangan PT. Indosat.....	1
1.1.2 Visi & Misi.....	2
1.1.3 Struktur Organisasi.....	3
1.1.4 Produk Indosat.....	4
1.1.5 Potensi Pelanggan indosat.....	5
1.1.6 IM3 Mobile Academy.....	6
1.2 Latar Belakang.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Kegunaan Hasil Penelitian.....	12
1.6.1 Kegunaan Teoritis.....	12
1.6.2 Kegunaan Praktis.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teori.....	14
2.1.1 Promosi dalam Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	14
2.1.2 Konsep Promotion Mix dalam Promosi.....	15
2.1.3 Advertising (Periklanan).....	17
2.1.4 Kreativitas Periklanan.....	21
2.1.5 <i>Endorser</i> .....	22
2.1.6 <i>Celebrity Endorser</i> Sebagai Daya Tarik Produk.....	22
2.1.7 Karakteristik <i>Celebrity Endorser</i> .....	23
2.1.8 Hubungan antara <i>Celebrity endorser</i> dengan Keputusan Pembelian.....	25
2.1.9 Keputusan Pembelian.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29

2.4 Hipotesis Penelitian.....	31
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	31
2.4.1 Lokasi & Objek Penelitian.....	31
2.4.2 Waktu & Periode Penelitian.....	31

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	32
3.2.1 Operasional Variabel.....	32
3.2.2 Skala Pengukuran.....	34
3.3 Tahap Penelitian.....	34
3.4 Populasi dan Sampel.....	35
3.4.1 Populasi Penelitian.....	35
3.4.2 Sampel Penelitian.....	35
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	36
3.5 Pengumpulan Data.....	37
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5.2 Sumber Data.....	38
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.6.1 Uji Validitas.....	39
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Analisa Deskriptif.....	41
3.7.2 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i> .....	42
3.7.3 Analisa Korelasi.....	43
3.7.4 Koefisien Determinasi.....	44
3.7.5 Uji Hipotesis.....	44
3.7.6 Regresi Sederhana.....	47
3.7.7 Uji Asumsi Klasik.....	47

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden .....	49
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.1.2 Berdasarkan Usia.....	50
4.1.3 Berdasarkan Sekolah dan Daerah Sekolah .....	51
4.1.4 Berdasarkan Kelas dalam SLTA .....	53
4.2 Hasil Penelitian .....	54
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Familiarity</i> Endorser (IM3 Mobile Academy) .....	54
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Relevance</i> Endorser (IM3 Mobile Academy) .....	55
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Credibility</i> Endorser (IM3 Mobile Academy) .....	57

4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Attractiveness</i> Endorser (IM3 Mobile Academy) .....	60
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	61
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	63
4.5 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	67
4.6 Analisis Kolerasi dan Koefisien Determinasi .....	68
4.7 Uji Hipotesis .....	68
4.8 Interpretasi Hasil .....	68

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Saran .....	71
5.1.1 Saran Bagi PT Indosat .....	71
5.1.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	71

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

**LAMPIRAN I Kuesioner Responden**

**LAMPIRAN II Tabulasi Data Tanggapan Kuesioner**

**LAMPIRAN III Hasil Perhitungan SPSS**

**LAMPIRAN IV Artikel Provoke Magazine**

**LAMPIRAN V Artikel indosat.com**

## DAFTAR TABEL

1.1 Top Brand Sim Card GSM prabaya.....	5
1.2 Tabel Perkembangan Pelanggan Indosat.....	6
1.3. Penghargaan IM3.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu .....	28
3.1 Operasional Variabel.....	33
3.2 pernyataan Skala Likert.....	34
3.3. Jumlah Kelas Guru dan Murid SMA Negeri Kota Sukabumi.....	36
3.4. Subpopulasi Siswa-Siswi SMA Negeri d Kota Sukabumi.....	37
3.5 Koefisien Korelasi.....	40
3.6 Uji Validitas Variabel x.....	40
3.7 Uji Validitas Variabel y.....	40
3.8 Uji Reliabilitas.....	41
3.9 Tabel Analisa Deskriptif.....	42
3.10 Interpretasi koefisien korelasi nilai r.....	44
4.1 Komposisi Responden Berdasarkan Asal SLTA.....	51
4.2 Tanggapan Responden Terhadap Familiarity Endorser (IM3 Mobile Academy) .....	54
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Relevance Endorser IM3 Mobile Academy .....	56
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Credibility Endorser IM3 Mobile Academy .....	57
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Attractiveness Endorser IM3 Mobile Academy .....	60
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	62
4.7 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas .....	64
4.8 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	65
4.9 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas .....	66
4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....	67
4.11 Tabel Kolerasi dan Koefisien Determinasi .....	68

## DAFTAR GAMBAR

1.1	Struktur Organisasi PT Indosat Tbk.....	3
1.2	Logo IM3.....	4
2.1	Tahap antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian.....	27
2.2	Kerangka Pemikiran.....	29
3.1	Tahapan Penelitian.....	35
4.1	Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.2	Komposisi Responden berdasarkan Usia .....	51
4.3	Komposisi Responden Berdasarkan Daerah Kecamatan SLTA .....	53
4.4	Komposisi Responden Berdasarkan Kelas dari SLTA .....	53
4.5	Posisi Variabel Familiarity Pada garis Interval .....	55
4.6	Posisi Variabel Relevance Pada garis Interval .....	56
4.6	Posisi Variabel Credibility Pada garis Interval .....	58
4.7	Posisi Variabel Relevance Pada garis Interval .....	60
4.8	Posisi Variabel Keputusan Pembelian pada Garis Interval .....	62
4.9	Grafik Normalitas .....	64
4.10	Grafik Heteroskedastisitas .....	67