

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul **Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Wimcycle Agent Series (Studi Kasus Pada : Wimcycle)**". Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan program S-1 pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung. Penulis menyadari masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan serta pengalaman Penulis. Oleh sebab itu, Penulis mengharapkan kritik dan saran yang mengarahkan skripsi ini menjadi lebih baik.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu atas petunjuk, bimbingan dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak kepada Penulis, maka pada kesempatan ini Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda E. Achmad Mustofa, Ibunda Aan Anih Muktamarsih, Adik Ahmad Jum Hamidin dan beserta sanak saudara yang tiada henti-hentinya memberikan dukungan dan dorongan moral maupun materil serta doa restu kepada penulis.
2. Ibu Dra. Ida N Relawan, MM selaku Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis Universitas Telkom.
3. Bapak Irfan Parendra, ST., MM., selaku Dosen Pembimbing Univerisitas Telkom yang telah banyak membantu, membimbing, dan memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu R Nurafni Rubiyanti, SMB., MBA., dan Ibu Citra Kusuma Dewi, SE., MBA., selaku penguji pada seminar proposal dan sidang skripsi yang telah memberikan saran dan membantu penulis untuk memperbaiki isi dari skripsi ini.

5. Seluruh Staf Akademis Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom atas waktu dan bantuannya.
6. Sahabat-sahabat penulis dari Merdekhalio yang telah memberikan keceriaan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat penulis “Klub jalan-jalan” dan teman-teman Adbis B 2010 yang telah memberikan keceriaan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat penulis A Denny Ramdhani, Deisya, S.Ab, Ratna Suminar, S.Psi, Restiana Pradestiawati, S.Sn, Tedi Sumitra, dan Valentina Myanwella Bakkara, S.Ab yang telah memberikan keceriaan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Camry bird farm, Dinasty Canary, embel dan peternak kenari yang telah memberikan keceriaan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh Pemacing dari Merdekhalio dan Nangkasuni yang telah memberikan keceriaan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang turut membantu serta memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam penulisan laporan magang ini. Penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Bandung, 26 September 2014

Muhamad Kamal Mukhtar

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii

### BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Sejarah perusahaan .....	1
1.1.2 Perusahaan dan Pengendalian Kualitas.....	2
1.1.3 Pengembangan Terbaru.....	2
1.1.4 Visi.....	4
1.1.5 Misi .....	4
1.1.6 Logo Wimcycle.....	4
1.2 Latar Belakang .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Kegunaan Penelitian .....	11
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	12

### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka .....	13
2.1.1 Pengertian pemasaran .....	13
2.1.2 Bauran Pemasaran ( <i>marketing mix</i> ) .....	13
2.1.3 Komunikasi Pemasaran .....	14
2.1.4 Periklanan.....	17

2.1.5 Endorser .....	17
2.1.6 Perilaku Konsumen .....	21
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	26
2.1.8 Hubungan Antara Celebrity Endorser dengan Keputusan Pembelian ....	31
2.2 Penelitian Terdahulu .....	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
2.4 Hipotesis Penelitian.....	42
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	43

### BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Operasional Variabel.....	44
3.3 Tahapan Penelitian .....	47
3.4 Populasi dan Sampel .....	47
3.4.1 Populasi.....	47
3.4.2 Sampel.....	47
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	49
3.5.1 Jenis Data .....	49
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
3.6.1 Uji Validitas .....	51
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	54
3.7 Teknik Analisis Data.....	55
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	55
3.7.2 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i> .....	57
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	60
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	60
3.7.5.1 Uji – F .....	60
3.7.6 Koefisien Determinasi.....	61

## BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data .....	62
4.2 Karakteristik Responden .....	62
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis pekerjaan .....	65
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Membeli Sepeda .....	66
4.3 Hasil Penelitian .....	66
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	66
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.3.2.1 Uji Normalitas .....	77
4.3.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	81
4.3.2.3 Uji Linieritas .....	82
4.3.3 Regresi Linier Sederhana .....	82
4.3.4 Uji Hipotesis .....	84
4.3.4.1 Pengaruh Simultan (Uji F) .....	84
4.4 Analisis Koefisien Determinasi .....	85
4.5 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	86

## BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	89
5.2 Saran.....	90
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan .....	90
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	90

DAFTAR PUSTAKA .....	91
----------------------	----

LAMPIRAN.....	94
---------------	----