

**PENGARUH DAYA TARIK, KEPERCAYAAN DAN KEAHLIAN *CELEBRITY*  
*ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
AIR MINUM DALAM KEMASAN LE MINERAL (AMDK)**

**DI KOTA KEFAMENANU**

**(Studi kasus pada masyarakat kota Kefamenanu)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Ekonomi*



**OLEH**

**ROSWITA ANITA LEO**  
**NPM: 41180053**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TIMOR  
KEFAMENANU  
2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH DAYA TARIK, KEPERCAYAAN DAN KEAHLIAN  
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
AIR LE MINERAL DI KOTA KEFAMENANU**

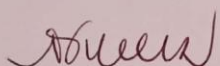
**Diajukan oleh:**

**Nama : Roswita Anita Leo  
NPM : 41180053**

**Telah Disetujui oleh :**

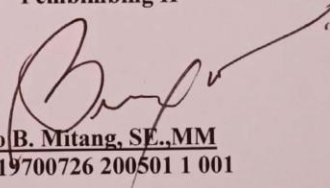
Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan ke ujian skripsi pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor.

**Pembimbing I**



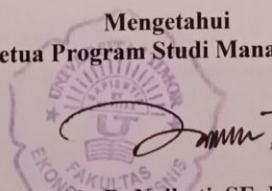
**Dominikus D. Kopong, SE.,MM  
NIP. 19591027 201305 1 001**

**Pembimbing II**



**Berno B. Mitang, SE.,MM  
NIP. 19700726 200501 1 001**

**Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen**



**Elfrida D. Naihati, SE.,MM  
NIP. 19880523 201504 2 002**

## HALAMAN PENGESAHAN

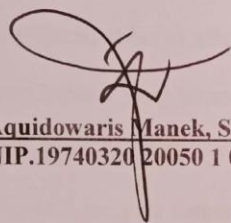
### PENGARUH DAYA TARIK, KEPERCAYAAN DAN KEAHLIAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN LE MINERAL (AMDK)

Skripsi Ini Telah Dipertahankan Dalam Ujian Skripsi Dan

Dinyatakan LULUS Dengan Nilai: B

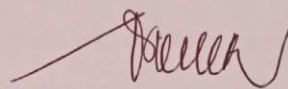
#### Tim Penguji:

Penguji I



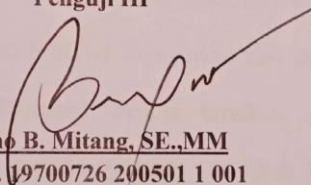
Aguidowaris Manek, SE., M.SA  
NIP.19740320 20050 1 002

Penguji II



Dominikus D. Kopong, SE., MM  
NIP. 19591027 201305 1 001

Penguji III



Berno B. Mitang, SE., MM  
NIP. 19700726 200501 1 001

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Kamilaus K. Oki, SE., ME  
NIP.19690925 200501 1 001

**PERNYATAAN  
ORISINALITAS SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam skripsi dengan judul : **“PENGARUH DAYA TARIK, KEPERCAYAAN DAN KEAHLIAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR LE MINERAL DI KOTA KEFAMENANU”** (Studi kasus pada masyarakat kota kefamenanu) adalah benar – benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakkan dari karya tulis orang lain dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain yang kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur – unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh Sarjana Ekonomi (SE) di batalkan, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU NO. 22 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Kefamenanu, Desember 2022

Mahasiswa,



(Roswita Anita Leo)

**MOTTO**

**“PENGALAMAN DAN KEGAGALAN AKAN MEMBUAT  
ORANG MENJADI LEBIH BIJAK”**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta
2. Kakak, adik, dan keluarga besar yang selalu mendukung penulis.
3. Semua teman teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2018 A.
4. Sahabat terbaik Siani, Imel, Yuni, Yanti, Mira, Rina, Linda, Cece dan Petra yang selalu mendukung penulis dengan caranya masing-masing.
5. Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook (BTS) selaku orang istimewa yang selalu memberi motivasi semangat selama perkuliahan sampai menyusun skripsi ini.
6. Almamater Fakultas Ekonomi – Universitas Timor.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur serta terima kasih ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya yang berlimpah kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul **“PENGARUH DAYA TARIK, KEPERCAYAAN DAN KEAHLIAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR LE MINERAL DI KOTA KEFAMENANU”** (Studi kasus pada masyarakat kota kefamenanu) Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Timor.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapat bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Bapak Dominikus D. Kopong, SE.,MM selaku dosen pembimbing utama yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Bermo B. Mitang,SE.,MM selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membimbing dan memberikan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Elfrida D. Naihati, SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Dr. Kamilaus K. Oki, SE.ME selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor.
5. Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Timor yang telah memberikan ilmu dan wawasan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.

6. Masyarakat Kota Kefamenanu yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner penelitian.
7. Orang tua tercinta, kakak, adik, dan keluarga besar yang selalu mendoakan dan mendukung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Timor yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Kefamenanu, Desember 2022

Penulis



## ABSTRAK

**ROSWITA ANITA LEO, 2022.** Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian pada Le Mineral di Kota Kefamenanu (Studi kasus pada masyarakat kota kefamenanu), Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Timor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh Daya Tarik (X1), Kepercayaan (X2) dan Keahlian *Celebrity Endorser* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen pada Air Le Mineral. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuisioner yang diberikan kepada 80 orang responden. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan analisis linear berganda dengan bantuan program SPSS 16.0 For Windows, 2011.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan Daya tarik (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t diperoleh tingkat signifikansi 0,236 karena signifikansi lebih besar dari  $0,00 \leq 0,05$  ( $0,236 > 0,05$ ) R 0,581 dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,337 atau 33,7%. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kepercayaan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t diperoleh tingkat signifikansi 0,207 karena signifikansi lebih besar dari  $0,00 \leq 0,05$  ( $0,207 > 0,05$ ) R 0,542 berhubungan kuat dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,294 atau 29,4%. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Keahlian *Celebrity Endorser* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t diperoleh tingkat signifikansi 0,065 > t tabel dan signifikansi lebih besar dari  $0,00 \leq 0,05$  ( $0,223 > 0,05$ ) R 0,542 dan koefisien determinasi 0,513 atau 51,3%.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan Daya tarik (X1), kepercayaan (X2) dan Keahlian *Celebrity Endorser* (X3) secara simultan memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi  $33,310 > 0,00 \leq 0,05$  R 0,754 dan koefisien determinasi 0,551 atau 55,1%

**Kata kunci : Daya Tarik (X1), Kepercayaan (X2), Keahlian *Celebrity Endorser* (X3) dan Keputusan Pembelian (Y).**

## ABSTRACT

**ROSWITA ANITA LEO, 2022.** *The Influence of Attractiveness, Trust, and Celebrity Endorser Expertise on Purchasing Decisions at Le Mineral in Kefamenanu City (Case study on the people of the city of Kefamenanu), Thesis, Faculty of Economics and Business, Department of Management, University of Timor. This study aims to determine: The effect of Attractiveness (X1), Trust (X2) and Celebrity Endorser Expertise X3) on Consumer Purchase Decisions (Y) on Le Mineral Water. The data used in this study is primary data obtained through a questionnaire given to 80 respondents. The method used is a quantitative method. The data analysis technique used is simple linear regression analysis and multiple linear analysis with the help of the SPSS 16.0 For Windows, 2011 program.*

*There is a positive and significant influence of Attractiveness (X1) on Consumer Purchase Decisions (Y). This is evidenced by the results of the t test, a significance level of 0.236 is obtained because the significance is greater than  $0,00 \leq 0,05$  ( $0.236 > 0.05$ ) R 0,581 and the coefficient of determination is 0.337 or 33.7%. There is a positive and significant influence of Trust (X2) on Consumer Purchase Decisions (Y). This is evidenced by the results of the t test, a significance level of 0.207 is obtained because the significance is greater than  $0,00 \leq 0,05$  ( $0.207 > 0.05$ ) R 0,542 and the coefficient of determination is 0.294 or 29.4%. There is a positive and significant influence of Celebrity Endorser Expertise (X3) on Consumer Purchase Decisions (Y). This is evidenced by the results of the t test, a significance level of 0.223 is obtained because the significance is greater than  $0,00 \leq 0,05$  ( $0.223 > 0.05$ ) R 0,542 and the coefficient of determination is 0.513 or 51.3%.*

*There are positive and significant influences Attractiveness (X1), trust (X2) and Celebrity Endorser Expertise (X3) simultaneously have an influence on consumers' (Y) purchasing decisions. This can be proved by a significance value of  $33.310 > 0.00 \leq 0.05$  R 0.754 and a coefficient of determination of 0.551 or 55.1%*

**Keywords:** *Attractiveness X1), Trust (X2), Celebrity Endorser Skills (X3) and Purchase Decision (Y).*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Daya Tarik .....	8
2.2 Kepercayaan.....	11
2.3 Keahlian <i>Celebrity Endorser</i> .....	14
2.4 Keputusan Pembelian.....	16
2.5 Air Le Mineral.....	24
2.6 Hubungan Teoritis antar Variabel dan Hipotesis .....	25
2.7 Kerangka Berpikir.....	33
2.8 Konsep dan Pengukuran variabel.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	37

3.2 Populasi dan Sampel .....	37
3.3 Data dan Variabel Penelitian.....	38
3.4 Sumber Data.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.6 Uji Instrumen Penelitian .....	39
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.8 Teknik Analisis Data.....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	49
4.2 Penyajian Data dan Identitas Responden .....	51
4.3 Hasil Uji instrument penelitian .....	52
1 Uji Validitas.....	53
.2 Uji Reliabilitas.....	53
4.4 Hasil Uji Asumsi.....	54
.4.1 Uji Normalitas.....	54
4.2 Uji Multikolinearitas.....	55
4.3 Uji Autokorelasi.....	56
4.4 Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.5 Uji Linearitas.....	58
4.5 Hasil Analisis Data.....	60
5.1 Analisis Deskriptif .....	60
5.2 Analisis Inferensial .....	63
5.3 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	63
5.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	71
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Air Minum Dalam Kemasan 2021.....	4
Tabel 1.2 Top Brand Air Minum Dalam Kemasan 2022.....	4
Tabel 2.1 Konsep Pengukuran Variabel.....	35
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel.....	53
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas .....	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi .....	57
Tabel 4.6 Variabel ( $X_1$ ) Terhadap Variabel(Y) .....	58
Tabel 4.7 Variabel ( $X_2$ ) Terhadap Variabel(Y) .....	59
Tabel 4.8 Variabel ( $X_3$ ) Terhadap Variabel(Y) .....	59
Tabel 4.9 Variabel Daya Tarik ( $X_1$ ).....	60
Tabel 4.10 Variabel Kepercayaan ( $X_2$ ).....	61
Tabel 4.11 Variabel Keahlian <i>Celebrity Endorses</i> ( $X_3$ ).....	62
Tabel 4.12 Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	62
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh ( $X_2$ ) Terhadap (Y) .....	64
Tabel 4.14 Uji R Variabel ( $X_1$ ) Terhadap (Y).....	65
Tabel 4.17 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh ( $X_3$ ) terhadap (Y) .....	66
Tabel 4.16 Uji variabel ( $X_2$ ) Terhadap (Y).....	67
Tabel 4.19 Regresi Linear Berganda Pengaruh Variabel ( $X_1$ ),( $X_2$ ) dan ( $X_3$ )Terhadap (Y) .....	69
Tabel 4.18 Uji variabel ( $X_3$ ) Terhadap (Y).....	70
Tabel 4.20 Uji R Variabel ( $X_1$ ),( $X_2$ ) dan ( $X_3$ ) Terhadap (Y).....	73

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Desain Kemasan Air Minum Le Mineral.....	5
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir.....	33
Gambar 4.1 Hasil uji Normalitas.....	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Data.....	84
Lampiran 2 Uji Validitas.....	88
Lampiran 3 Uji Reliabilitas Variabel.....	92
Lampiran 4 tTabel.....	94
Lampiran 5 fTabel .....	95
Lampiran 6 Kuisoner Penelitian.....	97