

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK FRESH CARE
DI KOTA PAYAKUMBUH**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
Sarjana Pada Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas
Ekonomi Universitas Andalas**

Diajukan Oleh:

DIA PERMATA SARI

1310551022



Pembimbing :

DR. Verinita, SE., M.Si

PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

KAMPUS II PAYAKUMBUH

OKTOBER 2017



No. Alumni Universitas	DIA PERMATA SARI	No. Alumni Fakultas
------------------------	-------------------------	---------------------

a) Tempat/Tgl. Lahir : Lubuak Batingkok/ 16 Agustus 1995, b) Nama Orang Tua : Yaliunis (alm) dan Daliasmit, c) Fakultas : Ekonomi Kampus II Payakumbuh, d) Jurusan : Manajemen, e) No. BP : 1310551022, f) Tgl Lulus : 20 Oktober 2017, g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan, h) Ipk : 3.14, i) Lama Studi : 4 Tahun 2 bulan, j) Alamat Orang Tua : Jorong Lubuak Batingkok, Nagari Lubuak Batingkok, Kecamatan Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota

PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK FRESH CARE DI KOTA PAYAKUMBUH

*Skripsi oleh Dia Permata Sari
Pembimbing DR. Verinita, SE., M.Si*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap *Purchase Intention* pada produk *Fresh Care* di Kota Payakumbuh. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory*. Jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuisioner. Data diolah dan dianalisis menggunakan software *SmartPLS Version 2.0 for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Attractiveneess* mempunyai hubungan positif tetapi tidak signifikan mempengaruhi *Purchase Intention*, *Trustworthiness* menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan mempengaruhi *Purchase Intention*, dan *Expertise* menunjukkan hubungan yang positif tetapi tidak signifikan. Koefisien determinasi atau nilai *R Square* dalam penelitian ini sebesar 12,95% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Celebrity Endorser, Attractiveneess, Trustworthiness, Expertise, Purchase Intention*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 20 Oktober 2017.

Abstrak telah disetujui oleh:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	DR. Verinita, SE., MSi	Faisal Ali Ahmad, SP., MSi	Ranny Fitriana Faisal, BPM, MHRM

Mengetahui
Koor. FEUA II Payakumbuh



Lukman, SE, M. Si
NIP. 196411231993031003

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus :

Petugas Fakultas / Universitas Andalas		
No. Alumni Fakultas:	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas:	Nama	Tanda Tangan