

KATA PENGANTAR

Puji Syukur terhadap berkat Tuhan Yesus Kristus dan kesempatan anugerah untuk menyelesaikan tugas akhir dengan lancar. Penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh Kredibilitas Celebrity Brand Ambassador Terhadap Brand Passion Pada Pelanggan Kosmetik Wardah di Kota Semarang” ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu, Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Rasa terima kasih peneliti ucapkan kepada Bapak John Tampil Purbasebagai dosen pembimbing yang selalu lapang dada dalam menghadapi peneliti dan memberikan banyak masukan ilmu, ide, dan kritik dan juga waktu sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk penelitian skripsi. Dukungan moral dan materiil juga saya dapatkan dari berbagai pihak dalam rangka menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini. Maka dari itu, segala ucapan syukur dan terima kasih kepada yang telah memberikan bantuan secara rohani maupun secara jasmani khususnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas bantuan-Nya peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Bapak Dr. (Hon) Jonathan L. Parapak, M.Eng.Sc., selaku Rektor Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Vina Christina Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi

Menejemen.

5. Bapak Dr. Drs. John Tampil Purba, MM. MCSE selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu dan tenaga untuk membimbing pembuatan tugas akhir ini sampai terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
7. Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
8. Staf Karyawan Perpustakaan yang telah membantu penulis hingga lulus kuliah.
9. Ayah saya Agus Susanto dan Ibu saya Lily, yang terus memberikan dukungan moril serta materil kepada penulis.
10. Keluarga yang senantiasa mendukung proses pembuatan tugas akhir ini sehingga bisa terselesaikan.
11. Teman-teman saya Henry, Jazzon, Steven, Vivaldi, Vincent, Aisyah, Dyan, dan Jessica yang memberikan semangat dan bantuan kepada penulis usntuk terus berjuang dalam skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.

Akhir kata, penulis juga menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat untuk penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat untuk kita semua.

Jakarta, 5 Agustus 2021

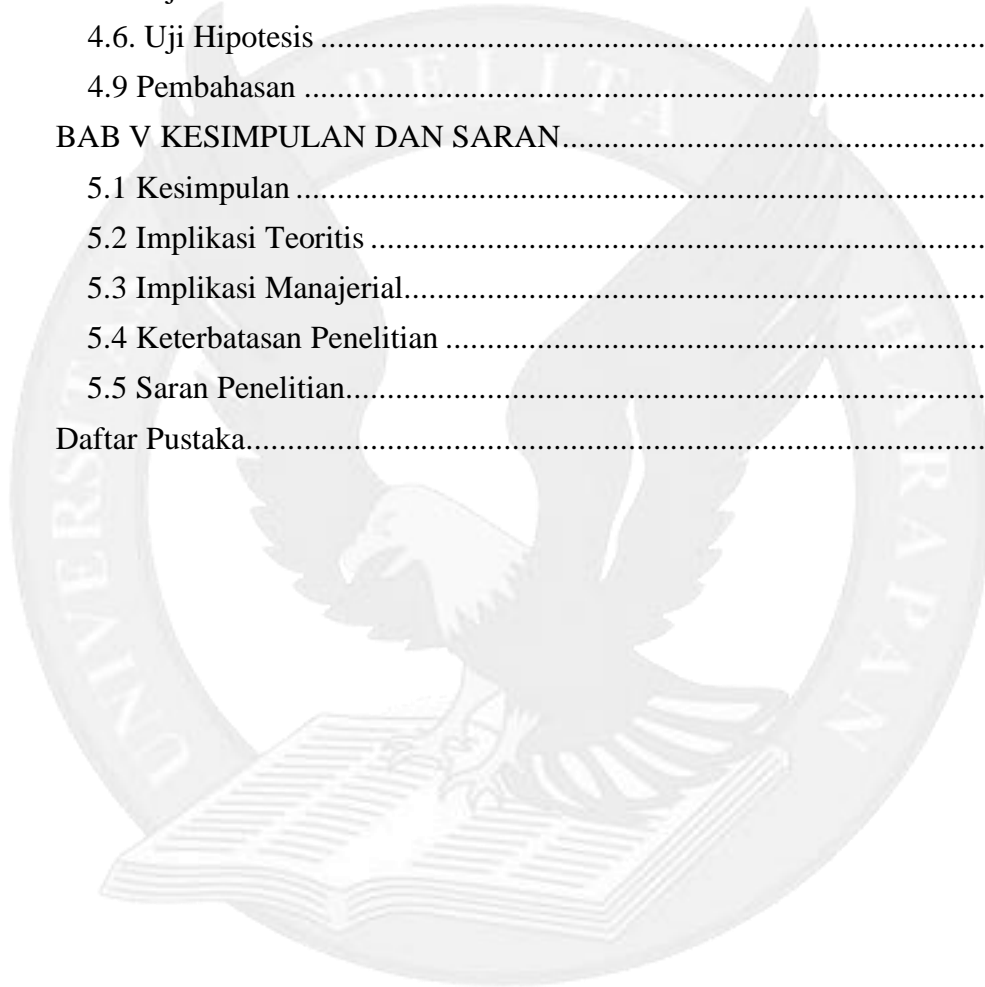
Velda Ivaney Susanto

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat teoritis.....	13
1.5.2 Manfaat praktis.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	15
2.1 Definisi Variabel	15
2.1.1 <i>Celebrity Brand Ambassador</i>	16
2.1.1.1 <i>Celebrity trustworthiness</i>	17
2.1.1.2 <i>Celebrity Expertise</i>	17
2.1.1.3 <i>Celebrity Attractiveness</i>	18
2.1.2 <i>Gender Congruity</i>	18
2.1.3 <i>Relatedness Need Satisfaction</i>	18
2.1.4 <i>Brand passion</i>	19
2.2 Hubungan antar Variabel.....	20
2.2.1 <i>Celebrity Attractiveness</i> dan <i>relatedness need satisfaction</i>	20
2.2.2 <i>Celebrity Expertise</i> dan <i>relatedness need satisfaction</i>	20
2.2.3 <i>Celebrity trustworthiness</i> dan <i>relatedness need satisfaction</i>	21
2.2.4 <i>Relatedness need satisfaction</i> dan <i>brand passion</i>	22

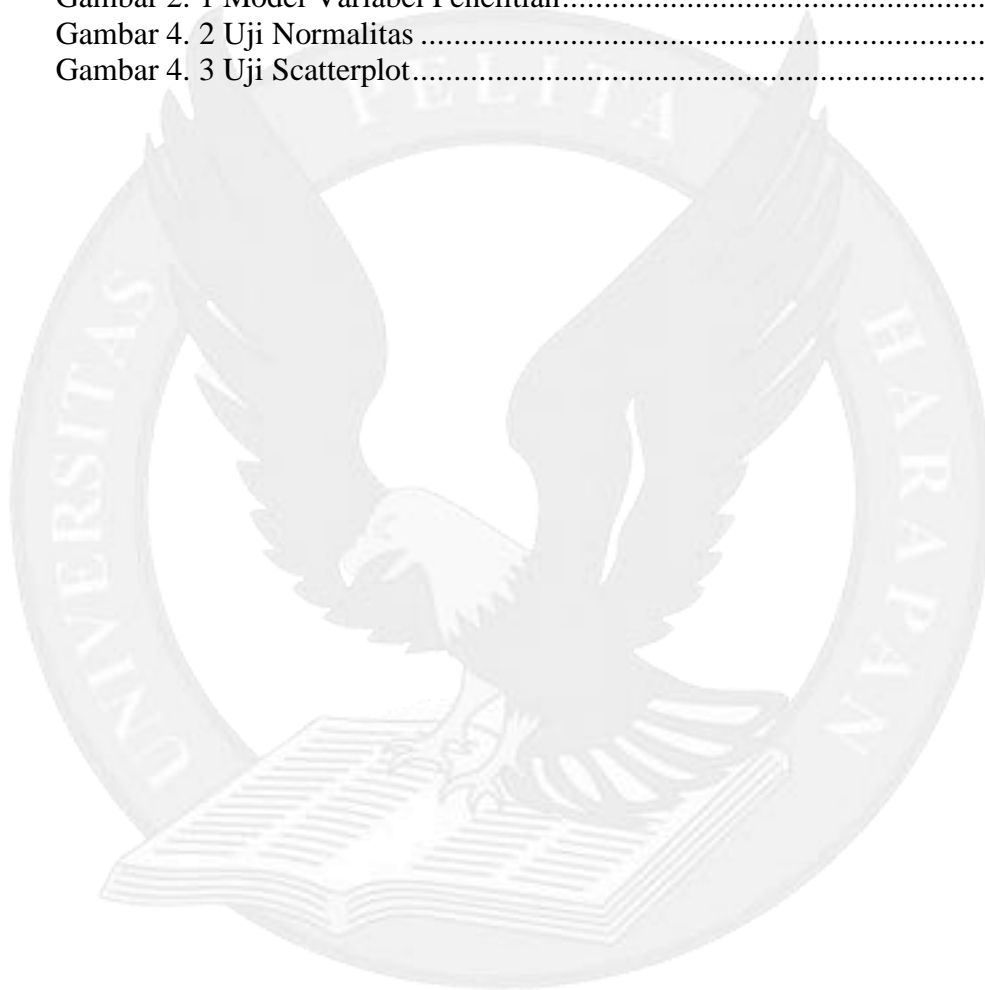
2.3 Tinjauan Pustaka	23
2.4 Model Penelitian	25
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Jenis Penelitian	29
3.3 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	29
3.4 Unit Analisis.....	33
3.5 Desain Sampel dan Jumlah Sampel.....	34
3.6 Metode Pengumpulan Data	38
3.7 Pengembangan Kuesioner	38
3.8 Data Analisis	39
3.8.1 Analisis Model Penelitian	39
3.8.2 Uji Validitas	41
3.8.3 Uji Reliabilitas.....	41
3.8.4 Uji Asumsi Klasik	41
1. Uji Normalitas.....	41
3.9 Pengujian Instrumen Penelitian	42
3.10 Uji Instrumen Penelitian.....	43
3.10.2 Uji Validitas dan Reabilitas <i>Celebrity Attractiveness</i>	43
3.10.4 Uji Validitas <i>Celebrity Trustworthiness</i>	44
3.10.6 Uji Validitas dan Reabilitas <i>Celebrity Expertise</i>	45
3.10.8 Uji Validitas dan Reabilitas <i>Relatedness Need Satisfaction</i>	45
3.10.10 Uji Validitas dan Reabilitas <i>Brand Passion</i>	46
3.11 Uji Hipotesis	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Profil Responden	50
4.2 Statistik Deskriptif.....	52
4.2.1 <i>Celebrity Attractiveness</i>	52
4.2.2 <i>Celebrity Trustworthiness</i>	53
4.2.3 <i>Celebrity Expertise</i>	54
4.2.4 <i>Relatedness Need Satisfaction</i>	55
4.2.5 <i>Brand Passion</i>	56
4.3 Hasil Analisis Uji <i>Actual</i>	57

4.3.1 Uji Validitas	57
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	60
4.4. Uji Asumsi Klasik	60
4.4.1 Uji Normalitas	61
4.4.2 Uji Multikolinieritas	61
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	62
4.5 Uji Goodness of Fit	63
4.6. Uji Hipotesis	64
4.9 Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Implikasi Teoritis	75
5.3 Implikasi Manajerial.....	76
5.4 Keterbatasan Penelitian	78
5.5 Saran Penelitian.....	78
Daftar Pustaka.....	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Kosmetik yang Terdaftar BPS.....	2
Gambar 1. 2 Logo Wardah Kosmetik	4
Gambar 1. 3 Data Penjualan Kosmetik Indonesia 2015-2017	5
Gambar 1. 4 Wardah dengan Tulus sebagai Brand Ambassador	6
Gambar 1. 5 Ayana Moon, Yasmin Napper, dan Dinda Hauw sebagai Brand Ambassador	6
Gambar 2. 1 Model Variabel Penelitian.....	26
Gambar 4. 2 Uji Normalitas	61
Gambar 4. 3 Uji Scatterplot.....	63



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Wardah dalam 5 tahun Terakhir.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	23
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	29
Tabel 3. 2 R hitung dan R tabel <i>Celebrity Attractiveness</i>	43
Tabel 3. 3 Tabel 3. 3 R hitung dan R tabel <i>Celebrity trustworthiness</i>	44
Tabel 3. 4 R hitung dan R tabel <i>Celebrity trustworthiness</i>	44
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas <i>Celebrity trustworthiness</i>	
Tabel 3. 6 Tabel R hitung dan R tabel	45
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas <i>Celebrity Expertise</i>	
Tabel 3. 8 R hitung dan R tabel <i>Relatedness Need Satisfaction</i>	45
Tabel 3. 9 Uji Reliabilitas <i>Relatedness Need Satisfaction</i>	
Tabel 3. 10 Tabel R hitung dan R tabel <i>Brand Passion</i>	46
Tabel 3. 11 Tabel Uji Reliabilitas.....	
Tabel 4. 1 Statistik deskriptif <i>Celebrity Attractiveness</i>	52
Tabel 4. 2 Statistik deskriptif <i>Celebrity Trustworthiness</i>	53
Tabel 4. 3 Statistik deskriptif <i>Celebrity Expertise</i>	54
Tabel 4. 4 Statistik deskriptif <i>Relatedness Need Satisfaction</i>	55
Tabel 4. 5 Statistik deskriptif <i>Brand Passion</i>	56

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4. 1 Diagram Jenis Kelamin Responden	51
Grafik 4. 2 Diagram Usia Responden	51

