

Perkumpulan Pengelola Pendidikan Malangkuçewara (P3.M)

 **STIE MALANGKUÇEWARA**
d.k. ABM School of Economics

  Terakreditasi "A", AKUNTANSI, 056/SK/BAN-PT/Akred/S/II/2014
Terakreditasi "A", MANAJEMEN, 257/SK/BAN-PT/IAK-VIS/IX/2013

083 833 200 838

Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
Semester GASAL Tahun Akademik 2016/2017
Nomor : 0908/BAAK/X/2016

Setelah memperhatikan Surat Ketua Program Studi tentang usulan dosen pembimbing skripsi dengan ini Ketua STIE Malangkuçewara Malang menetapkan :

Nama : Drs. SUPRIYANTO, MM
Sebagai : Dosen Pembimbing 1
Nama : - -
Sebagai : Dosen Pembimbing 2

Untuk mahasiswa berikut

Nama : WIDA ASTUTIK
Nomor Pokok : K.2013.5.32442
Skripsi yang diajukan
Bidang Kajian : MANAJEMEN PEMASARAN
Pokok Bahasan : PERILAKU KONSUMEN
Tempat/Obyek : -
Judul Skripsi : -

Demikian surat penetapan ini dikeluarkan untuk dilaksanakan dengan sebaiknya.
Penetapan ini berlaku sejak dikeluarkan.

Dikeluarkan di : Malang
Pada Tanggal : 07/10/2016
Ketua Program Studi Manajemen,



LINDANANTY, MM.
NIK-P.3M : 202.710.194

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE* IWAN FALS TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK "TOP KOPI" (Studi Kasus Pada Desa Gondang Rejo Kecamatan Gondang Wetan Kabupaten Pasuruan Provinsi Jawa Timur)

Author: **WIDA ASTUTIK** NPK: K.2013.5.32442



STIE Malangkuççwara

(Accounting Business Management)

Jl. Terusan Candi Kalasan - Malang Telp. 0341-491813

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI BAB I s.d. BAB III

BLN/TGL	BAB	PERMASALAHAN	PARAF
		Bulan : - jurnal di setujui - ada Buat Proposal penelitian	
		Bulan : - Variabel di rubah - jumlah yg mudahnya	
		Bulan : - jurnal nya di tambah - Revisi keuser	
		Bulan : - Revisi bab III - Revisi keuser	
		Bulan : 	

Dosen Pembimbing 1

(Sapriyada)

Dosen Pembimbing 2

Catatan:


Bobot Penilaian skripsi oleh pembimbing sebesar 50% dengan kriteria penilaian:



1. Ide/inovasi penelitian
2. Pemahaman konsep/teori
3. Pemahaman Metodologi
4. Kemampuan Analisis
5. Rutinitas Pembimbingan

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE* IWAN FALS TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK "TOP KOPI" (Studi Kasus Pada Desa Gondang Rejo Kecamatan Gondang Wetan Kabupaten Pasuruan Provinsi Jawa Timur)

Author: **WIDA ASTUTIK** NPK: K.2013.5.32442

Perkumpulan Pengelola Pendidikan Malangkuçęwara (P3.M)

 **STIE MALANGKUÇĘWARA**
d/ABM School of Economics

  Terakreditasi "A", AKUNTANSI, 056/SK/BAN-PT/Akred/S/II/2014
Terakreditasi "A", MANAJEMEN, 257/SK/BAN-PT/Ak-VI/S/II/2013

Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
Semester GASAL Tahun Akademik 2016/2017
Nomor : 0908/BAAK/X/2016

Setelah memperhatikan Surat Ketua Program Studi tentang usulan dosen pembimbing skripsi dengan ini Ketua STIE Malangkuçęwara Malang menetapkan :

Nama : Drs. SUPRIYANTO, MM
Sebagai : Dosen Pembimbing 1
Nama : --
Sebagai : Dosen Pembimbing 2


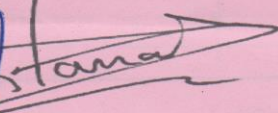
Untuk mahasiswa berikut

Nama : WIDA ASTUTIK
Nomor Pokok : K.2013.5.32442
Skripsi yang diajukan
Bidang Kajian : MANAJEMEN PEMASARAN
Pokok Bahasan : MARKETING MIX
Tempat/Obyek : DESA GONDANG REJO ,PASURUAN

Judul Skripsi : PENGARUH CELEBRITY ENDORSE IWAN FAIS
TERHADAP BRAND IMAGE PRODUK TOP KOPI

Demikian surat penetapan ini dikeluarkan untuk dilaksanakan dengan sebaiknya.
Penetapan ini berlaku sejak dikeluarkan.

Dikeluarkan di : Malang
Pada Tanggal : 04/08/2017
Program Studi Manajemen,

Dra. LINDANANTY, MM.
NIK-P.3M : 202.710.194

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE* IWAN FALS TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK "TOP KOPI" (Studi Kasus Pada Desa Gondang Rejo Kecamatan Gondang Wetan Kabupaten Pasuruan Provinsi Jawa Timur)

Author: **WIDA ASTUTIK** NPK: K.2013.5.32442



STIE Malangkuççwara

(Accounting Business Management)

Jl. Terusan Candi Kalasan - Malang Telp. 0341-491813

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI BAB IV s.d. BAB V

BLN/TGL	BAB	PERMASALAHAN	PARAF
Bulan :			
Juli / 18	IV	Penggunaan spss	
Bulan :			
Agst / 1	IV	Penyerahan hasil uji spss	
2.		format penulisan	
		Perbaik tabel	
Bulan :			
Agst / 3	IV+V	Revisi Bab 4 + 5	
4		Revisi Bab 4	
4	V	Perbaik simpulan	
Bulan :			
Agst / 5	IV-V	Agg. maju ujian	
Bulan :			

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

(Supriyanto)

Catatan:

Bobot Penilaian skripsi oleh pembimbing sebesar 50% dengan kriteria penilaian:

6. Ide/inovasi penelitian
7. Pemahaman konsep/teori
8. Pemahaman Metodologi
9. Kemampuan Analisis

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE* IWAN FALS TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK "TOP KOPI" (Studi Kasus Pada Desa Gondang Rejo Kecamatan Gondang Wetan Kabupaten Pasuruan Provinsi Jawa Timur)

Author: **WIDA ASTUTIK** NPK: K.2013.5.32442

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN DATA RESPONDEN



STIE MALANGKUÇEWARA MALANG

Kepada Yth.
Sdr Bapak/Ibu
Di Tempat

Dengan Hormat,

Dengan segala kerendahan hati, perkenankanlah saya pada kesempatan ini memohon kepada Saudara meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan informasi dengan mengisi daftar pertanyaan yang peneliti ajukan. Hal ini terkait dengan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser* IWAN FALS terhadap *Brand Image* produk “TOP KOPI””.

Maksud dari pemberian kuisisioner ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Celebrity Endorser* IWAN FALS terhadap *Brand Image* produk “TOP KOPI” segala jawaban dari Saudara adalah semata-mata untuk kepentingan karya ilmiah.

Atas kesediaan dan partisipasi yang baik dalam mengisi daftar kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Wida Astutik

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE* IWAN FALS TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK ”TOP KOPI” (Studi Kasus Pada Desa Gondang Rejo Kecamatan Gondang Wetan Kabupaten Pasuruan Provinsi Jawa Timur)

Author: **WIDA ASTUTIK** NPK: K.2013.5.32442

Responden yang terhormat.

Pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini hanya semata-mata untuk keperluan pengumpulan data dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Celebrity Endorser* IWAN FALS terhadap *Brand Image* produk “TOP KOPI””**

Sebelumnya saya mengucapkan terima kasih kepada para responden karena telah bersedia membantu saya dalam rangka pengumpulan data berikut ini, dan saya juga mengharapkan agar para responden :

- a. Menjawab semua pertanyaan ini sesuai dengan pendapat para responden dengan sejujur-jujurnya dan perlu diketahui bahwa jawaban dari kuesioner ini tidak berhubungan dengan benar atau salah.
- b. Memilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan responden dengan memberi tanda *Checklist* (v) di kolom yang telah tersedia.

Keterangan: **STS = Sangat Tidak Setuju**

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

I. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : () Laki-Laki () Perempuan

Usia :



PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE* IWAN FALS TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK ”TOP KOPI” (Studi Kasus Pada Desa Gondang Rejo Kecamatan Gondang Wetan Kabupaten Pasuruan Provinsi Jawa Timur)

Author: **WIDA ASTUTIK** NPK: K.2013.5.32442

II. Kuisioner Penelitian

Variabel Penelitian:

1. Variabel Independent (X) : *Celebrity Endorse*

I. Daya tarik (*Attractive*) (X_1)

1. Penampilan

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1.	IWAN FALS mempunyai gaya berpakaian yang khas dan menjadi acuan bagi masyarakat					
2.	IWAN FALS memiliki kontur wajah yang kharismatik					
3.	IWAN FALS mempunyai gaya bicara tegas dan suara yang khas					
4.	IWAN FALS merupakan selebriti idola banyak orang					

2. Kecerdasan

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1.	IWAN FALS mempunyai karya yang sangat bagus					
2.	IWAN FALS memiliki cara pandang yang tajam					

3. Kepribadian

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1.	IWAN FALS mempunyai gaya busana yang sopan					
2.	Cara berkomunikasi IWAN FALS menunjukkan kepribadian yang tegas					

4. Gaya Hidup

No	Keterangan					
1.	IWAN FALS memiliki gaya hidup yang mewah					
2.	IWAN FALS memiliki gaya hidup yang sederhana					

II. Kreadibilitas (*Creadibility*) (X_2)

5. Kualitas

No	Keterangan	SS	S	N	TS	TST
1.	IWAN FALS memiliki karya seni yang luar biasa					
2.	IWAN FALS memiliki prestasi yang mengagumkan					

6. Kekuatan

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1.	IWAN FALS merupakan salah satu selebriti yang dapat mempengaruhi orang lain					
2.	IWAN FALS merupakan selebriti yang mempunyai kharisma					

7. profesional

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1.	IWAN FALS mempunyai keahlian yang luar biasa sebagai seorang selebriti					
2.	IWAN FALS mempunyai kualitas yang mumpuni sebagai seorang selebriti					

8. Kejujuran

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1.	IWAN FALS mempunyai reputasi yang cukup baik dalam persepsi masyarakat					
2.	IWAN FALS merupakan selebriti yang terkenal dengan kebijaksanaannya					

2. Variabel Dependent (Y) : *Brand Image*

1. Nama Merek

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1.	Penulisan merek TOP KOPI mudah dipahami					

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE* IWAN FALS TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK "TOP KOPI" (Studi Kasus Pada Desa Gondang Rejo Kecamatan Gondang Wetan Kabupaten Pasuruan Provinsi Jawa Timur)

2.	Nama merek TOP KOPI menarik masyarakat					
----	--	--	--	--	--	--

2. Istilah Merek

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1.	Makna merek TOP KOPI mudah dipahami					
2.	Skala pemahaman istilah merek TOP KOPI baik					

3. Tanda Merek

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1.	Huruf yang dipakai dalam tanda merek TOP KOPI tepat					
2.	Gambar kemasan dan nama merek TOP KOPI menarik					

4. Design Merek

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1.	Warna penulisan merek TTOP KOPI menarik					
2.	Warna kemasan merek TOP KOPI sangat khas					

Variabel	Indikator	Item
<i>Attractive</i> (Daya Tarik)	1. Penampilan 2. Kecerdasan 3. Kepribadian 4. Gaya Hidup	1,2,3,4 1,2 1,2 1,2
<i>Creadibility</i> (Kreadibilitas)	1. Kualitas 2. Kekuatan 3. Profesional 4. Kejujuran	1,2 1,2 1,2 1,2
<i>Brand Image</i> (Citra Merek)	1. Nama 2. Istilah 3. Tanda 4. Design	1,2 1,2 1,2 1,2

Lampiran 2

TABULASI DATA PENELITIAN

Pertanyaan	SEBARAN SKOR										TOTAL		MEAN
	5		4		3		2		1		f	%	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
X1.1	28	28	39	39	22	22	11	11	0	0	100	100	3,84
X1.2	36	36	33	33	23	23	8	8	0	0	100	100	3,97
X1.3	42	42	35	35	14	14	9	9	0	0	100	100	4,1
X1.4	37	37	35	35	21	21	7	7	0	0	100	100	4,02
X1.5	35	35	38	38	20	20	7	7	0	0	100	100	4,01
X1.6	39	39	33	33	24	24	4	4	0	0	100	100	4,07
X1.7	26	26	42	42	27	27	5	5	0	0	100	100	3,89
X1.8	34	34	35	35	27	27	4	4	0	0	100	100	3,99
X1.9	21	21	21	21	27	27	20	20	11	11	100	100	3,21
X1.10	22	22	46	46	30	30	2	2	0	0	100	100	3,88
X2.1	41	41	39	39	17	17	3	3	0	0	100	100	4,18
X2.2	42	42	34	34	18	18	6	6	0	0	100	100	4,12
X2.3	21	21	46	46	30	30	3	3	0	0	100	100	3,85
X2.4	27	27	44	44	23	23	6	6	0	0	100	100	3,92
X2.5	23	23	49	49	25	25	3	3	0	0	100	100	3,92
X2.6	26	26	40	40	31	31	3	3	0	0	100	100	3,89
X2.7	25	25	46	46	25	25	4	4	0	0	100	100	3,92
X2.8	18	18	47	47	31	31	4	4	0	0	100	100	3,79
Y1	12	12	55	55	28	28	5	5	0	0	100	100	3,74
Y2	23	23	43	43	31	31	3	3	0	0	100	100	3,86
Y3	11	11	53	53	29	29	7	7	0	0	100	100	3,68
Y4	16	16	41	41	39	39	4	4	0	0	100	100	3,69
Y5	16	16	37	37	42	42	5	5	0	0	100	100	3,64
Y6	20	20	48	48	26	26	6	6	0	0	100	100	3,82
Y7	9	9	51	51	33	33	7	7	0	0	100	100	3,62
Y8	33	33	40	40	19	19	8	8	0	0	100	100	3,98

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE* IWAN FALS TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK "TOP KOPI" (Studi Kasus Pada Desa Gondang Rejo Kecamatan Gondang Wetan Kabupaten Pasuruan Provinsi Jawa Timur)

Author: **WIDA ASTUTIK** NPK: K.2013.5.32442

Lampiran 3

Hasil Uji Validitas

Correlations

		TX1
X1.1	Pearson Correlation	.885
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.2	Pearson Correlation	.875
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.3	Pearson Correlation	.876
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.4	Pearson Correlation	.847
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.5	Pearson Correlation	.825
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.6	Pearson Correlation	.850
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.7	Pearson Correlation	.858
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.8	Pearson Correlation	.797
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.9	Pearson Correlation	.856
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X1.10	Pearson Correlation	.721
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

. Correlation is significant at the 0.01 level

Correlations

		TX2
X2.1	Pearson Correlation	.875
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.2	Pearson Correlation	.842
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.3	Pearson Correlation	.822
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.4	Pearson Correlation	.869
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.5	Pearson Correlation	.820
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.6	Pearson Correlation	.841
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.7	Pearson Correlation	.774
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.8	Pearson Correlation	.806
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

. Correlation is significant at the 0.01 level

Correlations

		TY
Y1	Pearson Correlation	.777
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y2	Pearson Correlation	.795
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y3	Pearson Correlation	.775
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y4	Pearson Correlation	.760
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y5	Pearson Correlation	.734
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y6	Pearson Correlation	.855
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y7	Pearson Correlation	.759
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y8	Pearson Correlation	.764
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

. Correlation is significant at the 0.01 level

Hasil Uji Realibilitas

Realibility Daya Tarik (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	35.14	42.061	.825	.909
x1.2	35.01	41.949	.838	.908
x1.3	34.88	41.925	.840	.908
x1.4	34.96	42.625	.804	.910
x1.5	34.97	43.039	.782	.911
x1.6	34.91	43.012	.811	.910
x1.7	35.09	43.355	.820	.910
x1.8	34.99	43.788	.746	.913
x1.9	35.77	47.674	.221	.951
x1.10	35.10	45.768	.664	.918

Realibility Kreadibilitas (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	8

Realibility Citra Merek (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	8

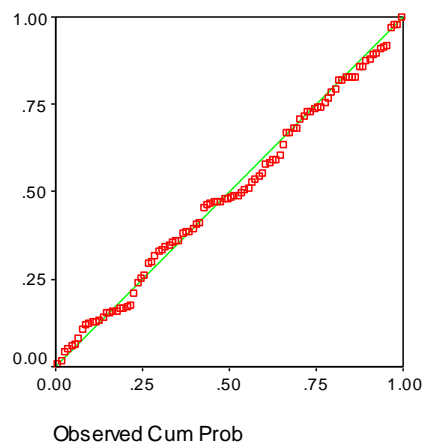
Lampiran 4

HASIL OUTPUT PENELITIAN PROGRAM SPSS 16

1. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Stanc

Dependent Variable: Brand Image



2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Daya tarik	.297	3.369
	Kredibilitas	.297	3.369

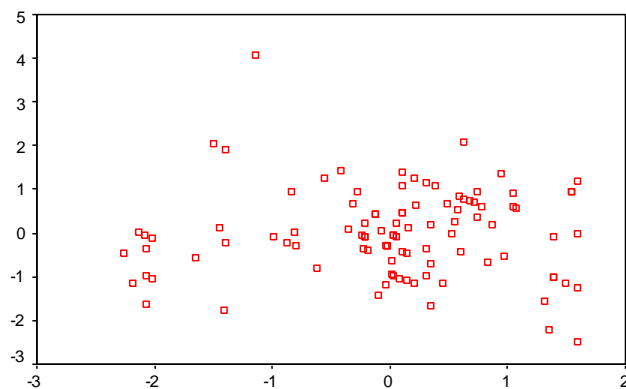
a. Dependent Variable: Brand Image

MCE

3. Uji Heterokedasitas

Scatterplot

Dependent Variable: Brand Image



Regression Standardized Predicted Value

4. Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations
		B	Std. Error	Beta			Zero-order
1	(Constant)	7.757	1.986		3.906	.000	
	Daya tarik	.198	.084	.289	2.369	.020	.706
	Kredibilitas	.461	.113	.498	4.089	.000	.740

a. Dependent Variable: Brand Image

Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations
		B	Std. Error	Beta			Zero-order
1	(Constant)	7.757	1.986		3.906	.000	
	Daya tarik	.198	.084	.289	2.369	.020	.706
	Kredibilitas	.461	.113	.498	4.089	.000	.740

a. Dependent Variable: Brand Image

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE* IWAN FALS TERHADAP *BRAND IMAGE* PRODUK "TOP KOPI" (Studi Kasus Pada Desa Gondang Rejo Kecamatan Gondang Wetan Kabupaten Pasuruan Provinsi Jawa Timur)

Author: **WIDA ASTUTIK** NPK: K.2013.5.32442

Uji F (Uji Parsial)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1423.940	2	711.970	64.970	.000 ^a
	Residual	1062.970	97	10.958		
	Total	2486.910	99			

a. Predictors: (Constant), Kredibilitas, Daya tarik

b. Dependent Variable: Brand Image

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 ^a	.573	.564	3.310

a. Predictors: (Constant), Kredibilitas, Daya tarik