

ABSTRAK

Widiana, Wulan. 2019 Skripsi. **Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor NMAX Pada Konsumen Dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Probolinggo**. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan di Dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* dan harga secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian dan untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan antara *celebrity endorser* dan harga terhadap keputusan pembelian motor NMAX Pada konsumen Dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Probolinggo.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan variabel yang terdiri dari variabel bebas yaitu *celebrity endorser* dan harga dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 35 orang yaitu konsumen yang membeli sepeda motor NMAX di Dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Probolinggo. Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *sampling* insidental, jadi jumlah sampel yang digunakan adalah konsumen yang secara kebetulan bertemu selama melakukan penyebaran kuesioner selama ± 1 bulan di Dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Probolinggo. Sumber data dalam penulisan skripsi ini berasal dari data primer. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan diolah dengan metode analisis data berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2) dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara *celebrity endorser* (X_1) dan harga (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor NMAX (Y) dimana diperoleh nilai $F_{hitung} = 279,812$. Lalu dari uji parsial menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor NMAX (Y) dengan nilai $t_{hitung} = 9,218$. Sedangkan variabel harga (X_2) secara parsial, berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian sepeda motor NMAX (Y) dengan nilai $t_{hitung} = 7,326$. Serta membuktikan bahwa variabel *celebrity endorser* (X_1) dominan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sepeda motor NMAX (Y) pada konsumen Dealer Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Probolinggo ($9,218 > 7,326$).

Kata Kunci : *celebrity endorser*, harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

Widiana, Wulan. 2019 Thesis. **The Influence of Celebrity Endorser and Price on Purchasing Decisions of NMAX Motorcycles at Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Dealer Customers, Probolinggo.** Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University, Probolinggo.

The research was conducted at Yamaha Surya Inti Putra Dealer (SIP) Probolinggo with the aim to determine the effect of celebrity endorsers and prices simultaneously and partially on purchasing decisions and to determine which variables have dominant influence between celebrity endorsers and prices on purchasing decisions for NMAX motorbikes at Yamaha Surya Dealer consumers. Inti Putra (SIP) Probolinggo.

This type of research is quantitative, with variables consisting of independent variables, namely celebrity endorser and price and the dependent variable, namely the purchase decision. The population in this study amounted to 35 people, namely consumers who buy NMAX motorbikes at Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Dealers, Probolinggo. The sampling technique used in this study is incidental sampling technique, so the number of samples used are consumers who accidentally met during the distribution of questionnaires for ± 1 month at Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Dealer Probolinggo. The data source in writing this thesis comes from primary data. The data were collected using a questionnaire and processed with data analysis methods in the form of validity testing, reliability testing, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R²) and hypothesis testing.

The results showed that there was an influence between celebrity endorser (X1) and price (X2) simultaneously (together) had a significant effect on the decision to purchase a motorcycle NMAX (Y) where the value of Fcount = 279,812 was obtained. Then from the partial test shows that the celebrity endorser variable (X1) has a significant effect on the decision to purchase a motorcycle NMAX (Y) with a value of tcount = 9.218. While the price variable (X2) partially has a significant effect on the motorcycle purchasing decision variable NMAX (Y) with tcount = 7.326. As well as proving that the celebrity endorser variable (X1) dominantly influences the NMAX (Y) motorcycle purchase decision variable for Yamaha Surya Inti Putra (SIP) Dealer consumers, Probolinggo (9,218 > 7,326).

Keywords: celebrity endorser, price, purchase decision