

**PERBEDAAN SIKAP KONSUMEN ATAS MEREK PADA *BRAND*
ENDORSEMENT DAN *CELEBRITY ENDORSER* SERTA
DAMPAKNYATERHADAP NIAT BELI KONSUMEN**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
DEPARTEMEN MANAJEMEN
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH
AMELIA CHINTIA DEVI
NIM: 041211223053**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2015**

SKRIPSI

**PERBEDAAN SIKAP KONSUMEN ATAS MEREK PADA *BRAND*
ENDORSEMENT DAN *CELEBRITY ENDORSER* SERTA
DAMPAKNYATERHADAP NIAT BELI KONSUMEN**

DIAJUKAN OLEH :

AMELIA CHINTIA DEVI

NIM: 041211223053

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. MASMIRA KURNIAWATI, SE, M.Si

TANGGAL 7/8/15

KETUA PROGRAM STUDI,



Dra. Ec. NURI HERACHWATI, Msi., Msc.

TANGGAL 10/8/2015

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Amelia Chintia Devi, 041211223053), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara jelas telah disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 15 Juni 2015



Amelia Chintia Devi

NIM: 041211223053

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir penulisan skripsi dengan judul “Perbedaan Sikap Konsumen Atas Merek Pada *Brand Endorsement* dan *Celebrity Endorser* serta Dampaknya Terhadap Niat Beli Konsumen” untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan baik dalam materi maupun teknik penulisan, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini:

1. Prof Dr. Muslich Anshori, SE., M.Sc., Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga.
2. Dr. Masmira Kurniawati, SE, M.Si. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, petunjuk dengan sabar serta waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Dra. Ec. Nuri Herachwati, M.Si., M.Sc. Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis terutama dosen pengajar konsentrasi Manajemen Pemasaran atas ilmu dan bimbingannya.

5. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, khususnya departemen manajemen dan bagian akademik yang selalu membantu selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
6. Yang tercinta dan tersayang Ibu dan Bapak kami yang selalu memberikan dukungan moril maupun material, serta kasih sayang yang tidak akan pernah dapat dibalas sepanjang hidup penulis. Terima kasih atas doa restu, kesabaran dan nasehatnya.
7. Keluarga, kakak dan adik yang telah memberikan dorongan semangat, doa dan motivasi dukungan.
8. Muhammad Tegar Ikhwani (alm) yang telah memberikan motivasi selama ini, sehingga penulis bisa menepati janjinya untuk menjadi sarjana meskipun tidak akan melihat penulis ketika nanti wisuda.
9. Sahabat penulis selama sulis, fina, kiki, defly, ria, mita, sari, nanda yang selalu mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dan untuk segala hiburan candaannya, semangat dan *sharing* ilmunya semoga cepat tercapai semua cita-citanya. *See you on top !*.
10. Teman-teman Manajemen Alih Jenis angkatan 2012 atas bantuannya selama perkuliahan.
11. Seluruh partisipan yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan data yang diperlukan untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Surabaya, 15 Juni 2015

Penulis