

**PENGARUH *DISTRIBUTION CHANNEL* DAN *CELEBRITY*
ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MINUMAN KESEHATAN YOU C1000 DI JAKARTA**

TUGAS AKHIR



SACHA ARIDITA
1091001006

**PROGRAM SARJANA STRATA 1
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2014**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Sacha Aridita
NIM : 1091001006
Tanda Tangan :
Tanggal : Juli 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Sacha Aridita
NIM : 1091001006
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *Distribution Channel* dan *Celebrity Endorser*
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kesehatan
You C1000 di Jakarta.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing1 : Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D ()

Penguji1 : ()

Penguji2 : ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Juli 2014

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini dengan sebaik-baiknya yaitu dengan judul *Pengaruh Distribution Channel Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kesehatan You C1000 di Jakarta*.

Penulis juga mengucapkan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW karena telah ikut serta dalam pengembangan ilmupendidikan baik ilmu pengetahuan agama maupun ilmu pengetahuan umum lainnya.

Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Universitas Bakrie, yaitu:

1. Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D selaku dosen pembimbing yang baik hati dan sangat sabar yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini serta memberikan tambahan-tambahan ilmu yang sangat bermanfaat.
2. Holila Hatta, S.Pd., M.M. selaku pembahas proposal tugas akhir yang telah memberi masukan kepada penulis sehingga tugas akhir ini menjadi lebih baik.
3. Dharma Setiawan dan Nila A. Yunus selaku orangtua serta Resya Ardiansyah dan Novianti Indah Putri selaku kakak penulis yang selalu mendukung dan tak henti memberikan doa bagi penulis.
4. Linda Afriana selaku Ibu mertua yang selalu menyebut nama penulis di setiap sholat nya agar penulis selalu mengingat Allah agar penelitian ini berjalan lancar, juga Rizka Aprilia Putri selaku adik ipar yang selalu menjadi teman sekaligus saudara yang sangat baik.
5. Rizky Fajar Ekaputra selaku suami penulis yang selalu memberikan motivasi, doa, dukungan dan kesabaran yang tak pernah ada habisnya hingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sehingga terselesaikan dengan baik.
6. Karel Okta Effendi, Reihanna, Reza Alattas dan Muhammad Rizky Mukti selaku sahabat yang selalu memberikan waktu, tawa, dan juga tangisan bersama dalam mendukung dan memotivasi penulis dalam mengerjakan penelitian ini sehingga penulis tak pernah berhenti memiliki semangat. Terima

kasih untuk selalu mendengarkan keluhan dan selalu menemani penulis. Kalian terhebat dan takkan terganti.

7. Rizqo Topano Zuriatson, Arif Rivani, dan Havid selaku teman seperjuangan dalam mengejar waktu untuk mengejar impian di hari-hari terakhir *submit*. Takkan ada data yang super hebat ini apabila kalian tidak meluangkan waktu untuk penulis.
8. Bapak Aurino Djamaris, Mas Akbar dan Bapak Heri yang turut membantu penulis memberikan masukan tugas akhir ini.
9. 150 responden yang sangat membantu penulis dalam riset penelitian ini.
10. Teman-teman 2009 yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu yang selalu memberikan informasi kepada penulis
11. Teman-teman 2007, 2008, 2010 dan 2011 yang juga telah membantu proses penulisan penelitian ini.
12. Pihak lain yang turut membantu.

Penulis sadar bahwa karya ini memiliki banyak kekurangan dan penulis mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Jakarta, Juli 2014

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sacha Aridita
NIM : 1091001006
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Distribution Channel dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kesehatan You C1000 di Jakarta.

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : Juli, 2014

Yang menyatakan

Sacha Aridita

**PENGARUH DISTRIBUTION CHANNEL DAN CELEBRITY ENDORSER
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KESEHATAN YOU C1000 DI
JAKARTA**

Sacha Aridita¹

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengaruh saluran distribusi dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian produk minuman kesehatan You C1000 di Jakarta. Selain itu bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara saluran distribusi dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian minuman kesehatan You C1000 di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menjelaskan dua variabel independen dan satu variabel dependen. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 masyarakat Jakarta dengan menggunakan teknik *convenience sampling method*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa saluran distribusi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dan *celebrity endorser* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Baik secara parsial maupun secara silmutan.

Kata kunci: *saluran distribusi, celebrity endorser, keputusan pembelian, You C1000.*

¹Student of Bakrie University, Management Major

**THE EFFECTS OF DISTRIBUTION CHANNEL AND CELEBRITY ENDORSER ON
HEALTHY DRINK YOU C1000 IN JAKARTA.**

Sacha Aridita²

ABSTRACT

This research discusses the effect of distribution channel and celebrity endorser towards purchase decision of healthy drink product You C1000 in Jakarta. In additions aims to determine whether there is influence between the distribution channel and celebrity endorser to purchase decision on healthy drink products You C1000 in Jakarta. This research uses a quantitative approach by explaining two independent variables and one dependent variable. Data obtained by distributing questionnaires to 100 respondents in Jakarta area using the technique convenience sampling method. The results which were analyzed by using multiple linear regression showed that distribution channel has positive and significant effect on purchase decision and celebrity endorser has positive and significant effect on purchase decision too, partially and silmutaneously.

Key words: distribution channel, celebrity endorser, purchase decision, You C1000

²Student of Bakrie University, Management Major

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah	1
1.1.Rumusan Masalah.....	4
1.2.Tujuan Penelitian	5
Manfaat Penelitian	5
1.3.Ruang Lingkup Penelitian.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Saluran Distribusi (<i>Distribution Channel</i>).....	7
2.1.1. Dimensi Saluran Distribusi	8
2.1.2. Fungsi Saluran Distribusi	9
2.1.3. Macam Saluran Distribusi	9
2.2.Selebriti Pendukung (<i>Celebrity Endorser</i>).....	11
2.2.1. Dimensi <i>Celebrity Endorser</i>	11
2.3.Keputusan Pembelian (<i>Decision To Buy</i>)	12
2.3.1. Dimensi Keputusan Pembelian	15
2.4.Produk Minuman Kesehatan You C1000 di PT Djojonegoro	16
2.5.Penelitian Terdahulu	17
2.6.Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	18

BAB II METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian	20
3.1 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.1.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	21
3.1.1.1 Variabel Independen	21
3.1.1.2 Variabel Dependen.....	21
3.1.1.3 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.1.2 Populasi dan Sampel	22
3.1.2.1 Populasi.....	22
3.1.2.2 Sampel.....	23
3.1.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	24
3.1.3 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.1.3.1 Data Primer	25
3.1.3.1.1 Kuesioner	25
3.1.3.1.1.1 Metode Pengukuran Skala Kuesioner	25
3.1.3.2 Data Sekunder	26
3.2 Metode Analisis Data.....	26
3.2.1 Uji Validitas	26
3.2.2 Uji Reliabilitas	27
3.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.2.3.1 Uji Normalitas.....	28
3.2.3.2 Uji Multikolinearitas.....	28
3.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	28
3.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	29

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	30
4.2 Analisis Statistik	31
4.2.1 Uji Reliabilitas dan Validitas	32
4.2.1.1 Uji Reliabilitas.....	32
4.2.1.2 Uji Validitas 30 Responden.....	33
4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	34
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	36
4.5 Analisis Deskriptif	38

4.5.1	Variabel <i>Distribution Channel</i>	38
4.5.2	Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	40
4.5.3	Variabel Keputusan Pembelian.....	41
4.6	Uji Asumsi Klasik.....	42
4.6.1	Uji Normalitas.....	42
4.6.2	Uji Multikolinearitas	43
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	43
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	44
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
	Kesimpulan.....	46
5.1	Saran	46
5.1.1	Bagi Perusahaan.....	46
5.1.2	Bagi Penelitian Mendatang	47
 DAFTAR PUSTAKA.....		49

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	22
Tabel 4.1 Analisis Frekuensi	31
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Tiga Variabel (30 Responden)	32
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Tiga Variabel (100 Responden)	32
Tabel 4.4 Nilai Corrected Item-Total Correlation	33
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi <i>Distribution Channel</i>	35
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi <i>Celebrity Endorser</i>	35
Tabel 4.7 Model Regresi.....	36
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel <i>Distribution Channel</i>	38
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	40
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 5 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	18
Gambar 4.1 Uji Normalitas.....	42
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	52
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas	57
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik	59
Lampiran 4 Uji Analisis Regresi.....	61