

**PENGARUH *TRUSTWORTHINESS*, *EXPERTISE* DAN  
*ATTRACTIVENESS* ENDOSER TERHADAP *PURCHASE*  
*INTENTION* MOTOR *SPORT* YAMAHA DI SURABAYA  
MELALUI *BRAND PERSONALITY***

**TESIS**



**OLEH :**

**INDRIYANI (8112414005)**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2016**

**PENGARUH *TRUSTWORTHINESS*, *EXPERTISE* DAN *ATTRACTIVENESS*  
ENDOSER TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MOTOR *SPORT*  
YAMAHA DI SURABAYA MELALUI *BRAND PERSONALITY***

**TESIS**

**Diajukan kepada  
Universitas Katolik Widya Mandala  
untuk memenuhi persyaratan  
gelar Magister Manajemen**



**OLEH :**

**INDRIYANI (8112414005)**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA**

**2016**

## PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tesis berjudul “Pengaruh *Trustworthiness*, *Expertise*, dan *Attractiveness Endorser* terhadap *Purchase Intention* Motor *Sport* Yamaha Di Surabaya melalui *Brand Personality*.” yang ditulis dan diajukan oleh Indriyani (8112414005) telah diuji dan dinilai oleh Tim Penguji Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada Tanggal 14 Juni 2016

Tim Penguji

Ketua



Dr. Margaretha Ardhanari

Sekretaris



Dr. Diah Tulipa

Anggota



Dr. Christina Esti Susanti, MM. CPM (AP)



Program Pascasarjana

Direktur



Prof. Anita Lie, Ed. D

## LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Tesis berjudul “Pengaruh *Trustworthiness*, *Expertise*, dan *Attractiveness* *Endorser* terhadap *Purchase Intention* Motor sport Yamaha Di Surabaya melalui *Brand Personality*” yang ditulis dan diajukan oleh Indriyani (8112414005) telah disetujui untuk diuji.

Surabaya, 28 April 2016



(Dr. Diah Tulipa)

Pembimbing Tesis

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indriyani, SE.

NRP : 8112414005

Judul : Pengaruh *Trustworthiness, Expertise, dan Attractiveness* Endorser terhadap *Purchase Intention* Motor sport Yamaha Di Surabaya melalui *Brand Personality*.

Menyatakan bahwa Tesis ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ilmiah ini merupakan hasil plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. .

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dapat dipublikasikan / ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian tesis ini dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebcnarnya.

Surabaya 14 Juni 2016  
Yang menyatakan,



Indriyani, SE.

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN PENULISAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
ABSTRAK .....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	5
1.6. Organisasi Penulisan.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1. Penelitian Terdahulu .....	7
2.2. Landasan Teori .....	8
2.2.1. <i>Product's Endorser</i> .....	8
2.2.2. <i>Brand personality</i> .....	14
2.2.3. <i>Purchase Intention</i> .....	18
2.2.4. Hubungan Antar Variabel .....	19
2.3. Kerangka Pemikiran .....	22
2.4. Perumusan Hipotesis.....	22
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	24
3.1. Desain Penelitian .....	24
3.2. Populasi dan Sampel.....	24
3.3. Variabel Penelitian.....	24
3.4. Definisi Operasional .....	25
3.5. Instrumen Penelitian .....	26

3.6. Prosedur Pengumpulan Data .....	27
3.7. Teknik Analisis Data .....	27
BAB 4 Hasil dan Analisis Data Penelitian .....	30
4.1. Hasil Pengolahan Data Penelitian.....	30
4.1.1. Profil Responden .....	30
4.1.2. Distribusi Variabel Penelitian .....	32
4.1.3. Pengujian Data .....	35
4.1.4. Pengujian Kecocokkan Model .....	37
4.1.5. <i>Measurement model</i> dan Structural Model.....	37
4.1.5.1. <i>Measurement Model</i> .....	37
4.1.5.2. <i>Structural Model</i> .....	39
4.1.6. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	40
4.2. Diskusi Hasil Penelitian .....	41
4.2.1. Pengaruh <i>Trustworthiness</i> terhadap <i>Brand personality</i> .....	41
4.2.2. Pengaruh <i>Expertise</i> terhadap <i>Brand personality</i> .....	42
4.2.3. Pengaruh <i>Attractiveness</i> terhadap <i>Brand personality</i> .....	43
4.2.4. Pengaruh <i>Brand personality</i> terhadap <i>Purchase intention</i> .....	44
4.2.5. Pengaruh <i>Trustworthiness</i> Endorser Terhadap <i>Purchase intention</i> Melalui <i>Brand personality</i> .....	45
4.2.6. Pengaruh <i>Expertise</i> Endorser Terhadap <i>Purchase intention</i> Melalui <i>Brand personality</i> .....	45
4.2.7. Pengaruh <i>Attractiveness</i> Endorser Terhadap <i>Purchase intention</i> Melalui <i>Brand personality</i> .....	46
BAB 5 PENUTUP .....	47
5.1. Kesimpulan.....	47
5.2. Saran .....	47
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1. Pertumbuhan Penduduk Indonesia.....	1
Gambar 2.1. <i>Celebrity benefit involvement model</i> .....	10
Gambar 2.2. <i>Classical Conditioning Paradigm in Marketing Communications Contex</i> .....	11
Gambar 2.3. <i>Brand personality Scale Measures</i> .....	16
Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran .....	22
Gambar 4.1. Valentino Rossi Endorser Yamaha <i>Sport</i> .....	43



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	8
Tabel 3.1. Indikator Pengujian Model Fit .....	28
Tabel 4.1. Profil Responden Penelitian.....	30
Tabel 4.2. Interval Rata-Rata Variabel Penelitian .....	32
Tabel 4.3. Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Trustworthiness</i> .....	32
Tabel 4.4. Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Expertise</i> .....	33
Tabel 4.5. Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Attractiveness</i> .....	33
Tabel 4.6. Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Brand personality</i> .....	34
Tabel 4.7. Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Purchase intention</i> .....	35
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Indikator .....	36
Tabel 4.9. Indikator Pengujian Model Fit .....	37
Tabel 4.10. <i>Measurement model</i> Variabel <i>Trustworthiness</i> .....	38
Tabel 4.11. <i>Direct, Indirect, dan Total Effect</i> .....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

### Halaman

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. *Output* Normalitas
- Lampiran 3. *Output* SEM
- Lampiran 4. Path Diagram
- Lampiran 5. *Output* Isian kuesioner responden
- Lampiran 6. *Construct Reliability*

## ABSTRACT

The purpose of this research is to identify the influence of trustworthiness, expertise, attractiveness Valentino Rossi as advertising endorser toward purchase mediate by brand personality at motor sport Yamaha. Research design is causal. The number of samples are 200 samples. Data analysis technique using structural equation model by lisrel 8,70. program.

The finding of this research showing that trustworthiness, expertise, attractiveness of Valentino Rossi as advertising endorser have direct effect toward brand personality at motor sport Yamaha. Brand personality motor sport Yamaha have direct effect toward purchase intention. Trustworthiness, expertise, attractivenessvrs of Valentino Rossi as advertising endorser have indirect effect toward purchase intention mediated by brand personality.

Keywords: Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, Brand Personality, Purchase Intention, Valentino Rossi, Motor Sport Yamaha

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh *trustworthiness, expertise, attractiveness* terhadap *purchase intention* melalui *brand personality* sebagai mediasi pada motor *sport* Yamaha dengan Valentino Rossi sebagai *endorser* iklan. Desain penelitian ini adalah penelitian kausal dengan jumlah sampel sebanyak 200 sampel. Teknik analisis data menggunakan *structural equation model* dengan menggunakan program lisrel 8,70.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *trustworthiness, expertise, attractiveness* Valentino Rossi sebagai *endorser* iklan berpengaruh secara langsung terhadap *brand personality* pada motor *sport* Yamaha. *Brand personality* motor *sport* Yamaha juga berpengaruh terhadap *purchase intention*. *Trustworthiness, expertise, attractiveness* berpengaruh terhadap *purchase intention* melalui *brand personality* sebagai mediasi.

Kata Kunci: *Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, Brand Personality, Purchase Intention, Valentino Rossi, Motor Sport Yamaha*