

## **“Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Cristiano Ronaldo Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampoo Clear ”**

Bersama ini saya meminta kesediaan saudara untuk mengisi daftar pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan. Informasi yang saudara berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Atas kesediaan saudara meluangkan waktu, sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terima kasih.

### **Data Responden**

#### **Petunjuk**

Isilah data responden kemudian berikan tanda (X) pada jawaban yang anda pilih.

1. Usia:

- |                  |                  |
|------------------|------------------|
| a. 17 – 22 tahun | b. 23 - 28 tahun |
| c. 29 – 34 tahun | d. > 35 tahun    |

2. Pendidikan Terakhir :

- |                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| a. SMP              | b. SMA             |
| c. Universitas (S1) | d. Lainnya ( ... ) |

3. Pekerjaan:

- |                   |                      |
|-------------------|----------------------|
| a. Pegawai Negeri | b. Pegawai Swasta    |
| c. Wiraswasta     | d. Mahasiswa/Pelajar |

4. Berapa sering anda membeli shampoo clear / bulan :

- |               |               |
|---------------|---------------|
| a. 1 – 2 kali | b. 5 – 6 kali |
| b. 3 – 4 kali | d. > 6        |

PETUNJUK :

Isilah semua pernyataan dalam kuesioner sesuai dengan kenyataan, dengan cara memberikan tanda (√) pada kotak pilihan yang sudah tersedia.

Keterangan :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. S : Setuju
4. SS : Sangat Setuju

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
<b><i>Celebrity endorser</i></b>					
<b><i>CREDIBILITY</i></b>					
1	Saya dapat menangkap kesan bahwa Cristiano Ronaldo memiliki kemampuan untuk memberikan informasi mengenai <i>Shampoo Clear</i> .				
2	Saya percaya informasi tentang <i>Shampoo Clear</i> yang disampaikan oleh Cristiano Ronaldo.				
3	Saya yakin Cristiano Ronaldo jujur dalam mengiklankan produk <i>Shampoo Clear</i> .				
<b><i>ATTRACTIVENESS</i></b>					
4	Saya yakin semua orang mengenal Cristiano Ronaldo.				
5	Penampilan Cristiano Ronaldo sebagai model iklan <i>Shampoo Clear</i> sangat menarik.				
6	Ekspresi wajah Cristiano Ronaldo dalam iklan <i>Shampoo Clear</i> terkesan sangat meyakinkan.				
<b><i>POWER</i></b>					
7	Saya menggunakan <i>Shampoo Clear</i> karena melihat Cristiano Ronaldo dalam iklan.				
8	Saya menggunakan <i>Shampoo Clear</i> Karena terpengaruh oleh Cristiano Ronaldo dalam iklan.				
9	Saya menggunakan shampoo clear karena tertarik Cristiano Ronaldo sebagai <i>endorser</i> -nya.				

10	Saya menggunakan <i>Shampoo Clear</i> karena saya penggemar Cristiano Ronaldo.				
<b>KEPUTUSAN PEMBELIAN</b>					
11	Saya lebih memilih <i>Shampoo Clear</i> dibandingkan merk lain karena terpengaruh Cristiano Ronaldo dalam iklan.				
12	Saya merasa yakin membeli produk <i>Shampoo Clear</i> .				
13	Saya merasa <i>Shampoo Clear</i> merupakan keputusan yang tepat.				
14	Saya merasa <i>Shampoo Clear</i> berbeda dari produk shampoo lain.				
15	Saya membeli <i>Shampoo Clear</i> dengan mempertimbangkan manfaatnya.				
16	Saya tertarik untuk melakukan pembelian berulang <i>Shampoo Clear</i> .				
17	Saya memiliki keinginan untuk membeli lagi <i>Shampoo Clear</i> .				

Pertanyaan terbuka, isilah menurut pendapat anda dibawah ini.

1. Menurut anda faktor apakah yang membuat anda tertarik membeli produk clear ?

.....  
.....  
.....  
.....

2. Menurut anda kenapa Cristiano Ronaldo bisa terpilih menjadi *celebrity endorser clear* ?

.....  
.....  
.....  
.....

No pertanyaan	<i>CREDIBILITY</i>				<i>ATTRACTIVENESS</i>				<i>POWER</i>		
	1	2	3	average	4	5	6	average	7	8	9
1	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
5	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4
6	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
7	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3
8	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
11	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
12	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
16	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	2
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2
21	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2
22	2	3	3	3	2	3	3	3	1	2	2
23	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2
24	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2
25	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2
26	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	2
27	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3
28	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3
29	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2
30	2	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3

<i>KEPUTUSAN PEMBELIAN</i>									
10	average	11	12	13	14	15	16	17	average
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	2	4	3	3	4	3
3	3	2	2	4	4	3	3	3	3
4	4	3	3	3	4	2	3	4	3
3	4	2	3	4	3	3	4	2	3
2	2	2	3	2	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	2	3	3	2	2	2	2
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	2	2	3	3	3	3	2	3
4	4	2	2	3	3	3	3	2	3
4	4	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	4	4	4	3
2	2	3	2	2	3	3	3	2	3
2	3	3	2	2	3	3	3	2	2
2	2	3	3	2	3	3	3	3	3
2	3	3	2	2	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3	4	3	4	3
3	4	4	3	3	3	4	3	4	3
2	2	3	3	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3











	CREDIBILITY			ATTRACTIVENESS				POWER				KEPUTUSAN PEMBELIAN								
o pertanya:	1	2	3	4	5	6	rata-rata	7	8	9	10	rata-rata	11	12	13	14	15	16	17	rata-rata
1	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3
3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4
5	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	4	3	4	2	3
6	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3
7	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3
8	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2
12	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	2	2	3	3	3	3	2	3
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	2	3	3	3	2	3
16	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
18	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
21	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3
22	2	3	3	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3
23	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3
24	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2
25	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3
26	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3
27	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3
28	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3
29	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3
30	2	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
31	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4
33	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	4	4	3	3	3
34	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4
35	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	4	3	4	2	3
36	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3
37	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3
38	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
39	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2
42	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
44	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	2	2	3	3	3	2	3
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	2	3	3	3	2	3
46	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
48	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
51	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3
52	2	3	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3
53	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3
54	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2
55	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3



**Descriptive Statistics**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change	
					R Square Change	F Change
1	.404	.163	.137	.30844	.163	6.227

**Correlations**

**ANOVA**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.777	3	.592	6.227	.001
	Residual	9.133	96	.095		
	Total	10.910	99			

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.148	.233		9.206	.000
	x1	-.265	.181	-.360	-1.469	.145
	x2	.408	.185	.545	2.210	.029
	x3	.121	.049	.249	2.460	.016

Range Statistics		
df1	df2	Sig. F Change
3	96	.001

## LAMPIRAN 6

## HASIL PERTANYAAN TERBUKA

Pertanyaan Terbuka no 1		
no	jawaban	jumlah
1	disukai konsumen	46 orang
2	penggemar	30 orang
3	harga terjangkau	8 orang
4	kebutuhan	16 orang

Pertanyaan Terbuka no 2		
no	jawaban	jumlah
1	penampilan menarik	50 orang
2	Terkenal	27 orang
3	pemain bola terbaik dunia	13 orang
4	bintang dunia	10 orang

Dari hasil penelitian pertanyaan terbuka nomor 1 menyatakan bahwa faktor yang membuat konsumen tertarik untuk membeli produk clear adalah disukai konsumen sebesar 46 orang. Dengan mengarah ke variabel *Power*.

Dari hasil penelitian pertanyaan terbuka nomor 2 menyatakan, mengapa Cristiano Ronaldo terpilih sebagai *Celebrity Endorser Clear* adalah karna penampilan menarik sebesar 50 orang. Dengan mengarah ke variabel *Attractiveness*.