

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Kopi Luwak PT Java Prima Abadi

Kopi Luwak awalnya nama merek kopi milik pengusaha asal Semarang, Tan Hok Seng, yang dimulai pada 1965 silam. Awalnya kopi ini dijual di Pasar Peterongan, Semarang dengan alat sederhana.

Disebutkan dengan hanya bermodalkan alas sebesar 9x25 meter, Tanmulai mengajak kedua anaknya untuk turut membantu dalam memasak kopigiling dan mengepaknya. Setelah lulus SMA, salah seorang putranya, Agus Susantoo meneruskan usaha ayahnya.

Pada 1980-an, pembuatan kopi mereka terbantu dengan adanya mesinbuatan Jerman. Hal itu meningkatkan produksi cukup pesat, dari yang sebelumnya hanya mampu 800 kilogram per hari, menjadi hingga 5 ton perharinya. Akhirnya, hal tersebut membawa kesuksesan bagi Agus dan ayahnya, hingga mereka berhasil menjadi salah satu produsen kopi luwak di bawah naungan perusahaan yang dibentuk dengan nama PT Java Prima Abadi.

Pada awal 1999, PT Java Prima Abadi selaku produsen Kopi Luwak mulai mengekspansi usahanya dari penjual biji kopi luwak ke bidang kafe.

Outlet kafe Kopi Luwak pertama yang dibuka berlokasi di Bandara Achmad Yani, Semarang.

Ketenaran merek Kopi Luwak di Indonesia bahkan sampai ke telinga Oprah Winfrey, host televisi terkenal dari Amerika Serikat dan menjadi salah satu topik ulasannya.

Sejak membuka toko pertamanya pada tahun 1999, PT Java Prima Abadi memiliki tradisi yang kaya dengan kopinya. Sebagai salah satu perusahaan kopi milik keluarga terbesar di Indonesia, akar perusahaan ini tumbuh dari sebuah perusahaan industri rumah tangga kecil di Semarang, Jawa Tengah di mana sang pendiri Tan Hok Seng memproduksi Kopi luwaknya sebagai “Kopi Termahal di Dunia”.

Gambar 4.1



Logo Kopi Luwak Sumber: Google

Gambar 4.2

Iklan Luwak Kopi Hitam Versi Arya SalokaSumber:
(https://www.instagram.com/p/CJ7a9s_h23h/?utm_source=ig_web_copy_link)

B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden. Untuk mengetahui gambaran responden terhadap *Celebrity Endorser* Arya Saloka pada iklan Luwak Kopi Hitam terhadap minat beli, penelitian ini dilakukan melalui *direct message* pada pengikut akunInstagram @kopiluwakofficial, pada tanggal 20 – 22 November 2021. Dalam penelitian ini responden wajib mengisi tiga buah pertanyaan yang telah dibagi menjadi beberapa kategori sebagai berikut.

a. Usia

Tabel 4.1Usia

N = 98

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
17 – 20 Tahun	5	5,2%
21 – 25 Tahun	16	16,3%
26 – 30 Tahun	15	15,3%
31 – 35 Tahun	42	42,8%
36 – 40 Tahun	12	12,2%
41 – 45 Tahun	8	8,2%
Jumlah	98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data tabel usia di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui responden berusia 17 – 20 tahun sebanyak 5 orang dengan presentase 5,2%, berusia 21 – 25 tahun sebanyak 16 orang dengan presentase 16,3%, berusia 26 – 30 tahun sebanyak 15 orang dengan presentase 15,3%, berusia 31 – 35 tahun sebanyak 42 orang dengan presentase 42,8%, berusia 36 – 40 tahun sebanyak 12 orang dengan presentase 12,2% dan berusia 41 – 45 tahun sebanyak 8 orang dengan presentase 8,2%. Dari data yang diperoleh responden dalam penelitian ini didominasi oleh orang yang berusia 31 – 35 tahun.

b. Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Jenis Kelamin

N = 98

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki - laki	21	21,4%
Perempuan	77	78,6%
Jumlah	98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data tabel jenis kelamin di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100%, dapat diketahui jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 21 orang dengan presentase 21,4% dan perempuan sebanyak 77 orang dengan presentase 78,6%. Dari data yang diperoleh terlihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

c. Status Pekerjaan

Tabel 4.3 Status Pekerjaan
N = 98

Status Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
Pelajar	3	3,1%
Mahasiswa	13	13,3%
Karyawan/Bekerja	37	37,7%
Ibu Rumah Tangga	43	43,9%
Belum Bekerja	2	2%
Jumlah	98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data tabel status pekerjaan yang sedang dijalani responden saat ini, dari seluruh responden sebanyak 98 dengan presentase 100% dapat diketahui bahwa pelajar sebanyak 3 orang dengan presentase 3,1%, mahasiswa sebanyak 13 orang dengan presentase 13,3%, karyawan atau bekerja sebanyak 37 orang dengan presentase 37,7%, ibu rumah tangga sebanyak 43 orang dengan presentase 43,9% dan belum bekerja sebanyak 2 orang dengan presentase 2%. Dari data yang diperoleh dapat terlihat bahwa responden didominasi oleh ibu rumah tangga.

2. Pernyataan Variabel X (*Celebrity Endorser*)

Pada variabel X ini menggunakan 4 dimensi, yaitu: *Visibility*, *Credibility*, *Attraction*, dan *Power* yang disusun sebanyak 22 item pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut:

a. *Visibility*

Tabel 4.4
Celebrity endorser dikenal oleh masyarakat
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	26	26,5%
2.	Setuju	72	73,5%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 26 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 26,5% dan 72 orang menjawab setuju dengan presentase 73,5%.

Data tertinggi pada pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 73,5% yang artinya sebagian besar responden setuju bahwa Arya Saloka terkenal di Indonesia.

Tabel 4.5
Responden mengenal celebrity endorser
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	18	18,4%
2.	Setuju	80	81,6%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 18 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 18,4% dan 80 orang menjawab setuju dengan

presentase 81,6%.

Data tertinggi pada pernyataan ini adalah setuju dengan presentase 81,6% yang artinya sebagian besar responden mengenal dan mengetahui Arya Saloka.

Tabel 4.6
Celebrity endorser memiliki prestasi dalam bidangnya
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	16	16,3%
2.	Setuju	75	76,5%
3.	Tidak Setuju	7	7,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 16 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 16,3%, 75 orang menjawab setuju dengan presentase 76,5%, dan 7 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 7,1%.

Data tertinggi pada pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 76,5% yang artinya Arya Saloka pandai di segala bidang yang ia jalani sekarang ini. Namun, ada sebesar 7,1% responden yang tidak setuju dengan pernyataan ini yang artinya masih ada responden yang mungkin kurang melihat kemampuan Arya Saloka dalam bidangnya.

Tabel 4.7
Celebrity endorser membintangi berbagai film dan iklan
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	22	22,4%
2.	Setuju	70	71,4%
3.	Tidak Setuju	6	6,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 22 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 22,4%, 70 orang menjawab setuju dengan presentase 71,4%, dan 6 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 6,1%.

Data tertinggi pada pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 71,4% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka telah membintangi berbagai iklan dan film. Ada sebesar 6,1% responden yang tidak menyetujui pernyataan ini mungkin disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang Arya Saloka.

Tabel 4.8
Celebrity endorser mampu menarik perhatian masyarakat
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	16	16,3%
2.	Setuju	76	77,6%
3.	Tidak Setuju	6	6,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 16 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 16,3%, 76 orang menjawab setuju dengan presentase 77,6%, dan 6 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 6,1%.

Data tertinggi pada pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 77,6% yang artinya sebagian besar responden setuju bahwa Arya Saloka mampu menarik perhatian masyarakat dalam beriklan maupun berperan dalam

sinetron. Namun ada sebesar 6,1% responden yang tidak menyetujui pernyataan ini karena responden merasa Arya Saoka kurang menarik perhatian saat tampil di Televisi.

Tabel 4.9
Responden tertarik menonton karya yang dimainkan *celebrity endorser*
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	13	13,3%
2.	Setuju	76	77,6%
3.	Tidak Setuju	9	9,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh respondensebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 13 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 13,3%, 76 orang menjawab setuju dengan presentase 77,6%, dan 9 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 9,2%.

Data tertinggi pada pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 77,6% yang artinya sebagian besar responden merasa tertarik untuk menonton sinetron atau film yang diperankan oleh Arya Saloka. Namun, ada sebesar 9,2% responden yang tidak menyetujui pernyataan ini karena responden merasa kurang atau tidak tertarik untuk menonton sinetron atau film yang diperankan Arya Saloka.

b. Credibility

Tabel 4.10
***Celebrity endorser* memiliki kemampuan dalam bermain film atau sinetron**
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	24	24,5%
2.	Setuju	71	72,4%
3.	Tidak Setuju	3	3,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 24 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 24,5%, 71 orang menjawab setuju dengan presentase 72,4%, dan 3 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 3,1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 72,4% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka memiliki kemampuan berakting yang baik dalam bermain film atau sinetron. Namun, ada sebesar 3,1% responden yang tidak menyetujui karena kurang setuju bahwa Arya Saloka memiliki kemampuan berakting yang baik.

Tabel 4.11
Celebrity endorser memiliki kemampuan berakting dalam beriklan yang baik
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	13	13,3%
2.	Setuju	80	81,6%
3.	Tidak Setuju	5	5,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui banyak 13 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 13,3%, 80 orang menjawab setuju dengan presentase 81,6%, dan 5 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 5,1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 81,6% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka memiliki kemampuan beriklan yang baik. Namun, ada sebesar 5,1% responden yang tidak menyetujui karena kurang setuju bahwa Arya Saloka memiliki kemampuan beriklan yang baik.

Tabel 4.12
Celebrity endorser memiliki pengalaman dalam bidang beriklan
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	15	15,3%
2.	Setuju	80	80,6%
3.	Tidak Setuju	4	4,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh respondensebanyak 98 dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 15 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 15,3%, 80 orang menjawab setuju dengan presentase 80,6%, dan 4 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 4,1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 80,6% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka memiliki pengalaman dan pengetahuan dalam dunia beriklan. Namun, ada sebesar 4,1% responden yang tidak menyetujui karena kurang setuju bahwa Arya Saloka memiliki pengalaman dan pengetahuan dalam dunia beriklan.

Tabel 4.13
Celebrity endorser cocok membintangi iklan Luwak Kopi Hitam
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	15	15,3%
2.	Setuju	79	80,6%
3.	Tidak Setuju	4	4,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 15 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 15,3%, 79 orang menjawab setuju dengan presentase 80,6%, dan 4 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 4,1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 80,6% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka cocok menjadi bintang iklan Luwak Kopi Hitam berkat pengalaman dan pengetahuannya dalam bidang beriklan. Namun, ada sebesar 4,1% responden yang tidak menyetujui karena merasa Arya Saloka kurang cocok menjadi bintang iklan Luwak Kopi Hitam.

Tabel 4.14
Celebrity endorser memiliki reputasi yang baik untuk mempengaruhi citra produk Luwak Kopi Hitam
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	14	14,3%
2.	Setuju	79	80,6%
3.	Tidak Setuju	5	5,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 14 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 14,3%, 79 orang menjawab setuju dengan persentase

80,6%, dan 5 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 5,1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 80,6% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka memiliki reputasi yang baik untuk dapat mempengaruhi citra produk Luwak Kopi Hitam. Namun, ada sebesar 5,1% responden yang tidak menyetujui karena kurang setuju bahwa Arya Saloka dapat mempengaruhi citra produk Luwak Kopi Hitam.

Tabel 4.15
Celebrity endorser dapat menyampaikan pesan iklan dengan baik dan jelas
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	15	15,3%
2.	Setuju	76	77,6%
3.	Tidak Setuju	7	7,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh respondensebanyak 98 orang dengan persentase 100% diketahui sebanyak 15 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 15,3%, 76 orang menjawab setuju dengan persentase 77,6%, dan 7 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 7,1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 77,6% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka dapat menyampaikan pesan iklan dengan baik. Namun, ada sebesar 7,1% responden yang tidak menyetujui karena kurang setuju karena responden kurang merasa Arya Saloka dapat membawakan pesan iklan dengan baik.

c. *Attractive*

Tabel 4.16
Celebrity endorser berpenampilan menarik dalam iklan Luwak Kopi Hitam
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	14	14,3%
2.	Setuju	79	80,6%
3.	Tidak Setuju	5	5,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 14 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 14,3%, 79 orang menjawab setuju dengan persentase 80,6%, dan 5 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 5,1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan persentase sebesar 80,6% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka memiliki penampilan yang menarik dalam iklan Luwak Kopi Hitam. Namun, ada sebesar 5,1% responden yang tidak menyetujui karena kurang setuju bahwa Arya Saloka berpenampilan menarik dalam iklan Luwak Kopi Hitam.

Tabel 4.17
Celebrity endorser cocok dengan konsep iklan Luwak Kopi Hitam
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	14	14,3%
2.	Setuju	76	77,6%
3.	Tidak Setuju	8	8,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 14 orang menjawab sangat

setuju dengan persentase 14,3%, 76 orang menjawab setuju dengan persentase 77,6%, dan 8 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 8,2.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 77,6% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka memiliki daya tarik yang cocok untuk konsep iklan Luwak Kopi Hitam. Namun, ada sebesar 8,2% responden yang tidak menyetujui karena merasa Arya Saloka kurang cocok dengan konsep iklan Luwak Kopi Hitam.

Tabel 4.18
Celebrity endorser memiliki daya tarik karakter untuk iklan Luwak Kopi Hitam
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	15	15,3%
2.	Setuju	75	76,5%
3.	Tidak Setuju	8	8,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 15 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 15,3%, 75 orang menjawab setuju dengan persentase 76,5%, dan 8 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 8,2%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 76,5% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka memiliki daya tarik karakter yang cocok untuk iklan Luwak Kopi Hitam. Namun, ada sebesar 8,2% responden yang tidak menyetujui karena kurang setuju Arya Saloka memiliki daya tarik karakter dalam iklan Luwak Kopi Hitam.

Tabel 4.19
Responden menyukai daya tarik *celebrity endorser* dalam iklan Luwak Kopi Hitam
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	18	18,4%
2.	Setuju	75	76,5%
3.	Tidak Setuju	5	5,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 18 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 18,4%, 75 orang menjawab setuju dengan persentase 76,5%, dan 5 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 5,1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 76,5% yang artinya sebagian besar responden menyukai karakter Arya Saloka dalam iklan Luwak Kopi Hitam. Namun, ada sebesar 5,1% responden yang tidak menyetujui karena kurang menyukai karakter Arya Saloka dalam iklan Luwak Kopi Hitam.

Tabel 4.20
***Celebrity endorser* memiliki *image* yang cocok untuk iklan Luwak Kopi Hitam**
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	17	17,3%
2.	Setuju	75	76,5%
3.	Tidak Setuju	5	5,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 17 orang menjawab sangat

setuju dengan persentase 17,3%, 75 orang menjawab setuju dengan persentase 76,5%, 5 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 5,1%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 76,5% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka memiliki *image* yang cocok untuk membintangi iklan Luwak Kopi Hitam. Namun, ada sebesar 5,1% responden yang tidak menyetujui karena kurang setuju bahwa Arya Saloka memiliki *image* yang cocok untuk membintangi iklan Luwak Kopi Hitam.

Tabel 4.21
Celebrity endorser memiliki image yang bagus di mata masyarakat
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	18	18,4%
2.	Setuju	77	78,6%
3.	Tidak Setuju	3	3,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 18 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 18,4%, 77 orang menjawab setuju dengan persentase 78,6%, dan 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 78,6% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka memiliki *image* yang bagus di mata masyarakat. Namun, ada sebesar 3,1% responden yang tidak menyetujui karena kurang setuju bahwa Arya Saloka memiliki *image* yang bagus.

d. Power

Tabel 4.22
Celebrity endorser memiliki ekspresi yang kuat untuk menjadi bintang iklan
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	16	16,3%
2.	Setuju	78	79,6%
3.	Tidak Setuju	3	3,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 16 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 16,3%, 78 orang menjawab setuju dengan persentase 79,6%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,1%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan persentase sebesar 79,6% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka sangat ekspresif untuk menjadi bintang iklan. Namun, ada sebesar 3,1% responden yang tidak menyetujui karena kurang setuju bahwa Arya Saloka memiliki ekspresi yang kuat untuk menjadi bintang iklan.

Tabel 4.23
Celebrity endorser mempunyai aura penampilan yang cocok untuk Luwak Kopi Hitam
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	17	17,3%
2.	Setuju	78	79,6%
3.	Tidak Setuju	2	2%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 17 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 17,3%, 78 orang menjawab setuju dengan persentase 79,6%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 76,5% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka mempunyai aura serta penampilan yang cocok untuk Luwak Kopi Hitam. Namun, ada sebesar 2% responden yang tidak menyetujui Arya Saloka memiliki aura dan penampilan yang cocok untuk beriklan Luwak Kopi Hitam.

Tabel 4.24
Celebrity endorser memiliki kemampuan mempengaruhi pemikiran, sikap tingkah laku terhadap khalayak
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	19	19,4%
2.	Setuju	71	72,4%
3.	Tidak Setuju	7	7,1%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 19 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 19,4%, 71 orang menjawab setuju dengan persentase 72,4%, 7 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 7,1%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 72,4% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka

memiliki memiliki kemampuan mempengaruhi pemikiran, sikap tingkah laku, dan ajakan untuk membeli produk. Namun, ada sebesar 7,1% responden yang tidak menyetujui pernyataan ini karena merasa Arya Saloka tidak memiliki kemampuan untuk mempengaruhi.

Tabel 4.25
Celebrity endorser memiliki kekuatan mempengaruhi khalayak untuk membeli
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	15	15,3%
2.	Setuju	73	74,5%
3.	Tidak Setuju	9	9,2 %
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 15 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 15,3%, 73 orang menjawab setuju dengan persentase 74,5%, 9 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 9,2%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 74,5% yang artinya sebagian besar responden menyetujui bahwa Arya Saloka memiliki memiliki kemampuan mempengaruhi untuk membeli. Namun, ada sebesar 9,2% responden yang tidak menyetujui karena merasa Arya Saloka tidak bisa mempengaruhi masyarakat untuk membeli.

3. Pernyataan Variabel Y (Minat Beli)

Pada variabel (Y) ini menggunakan 4 dimensi, yaitu: *Transaksional*, *Referensial*, *Preferensial*, dan *Eksploratif* yang disusun sebanyak 14 item

pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut:

a. Transaksional

Tabel 4.26
Responden berminat untuk membeli Luwak Kopi Hitam
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	15	15,3%
2.	Setuju	75	76,5%
3.	Tidak Setuju	8	8,2 %
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 15 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 15,3%, 75 orang menjawab setuju dengan persentase 76,5%, dan 8 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 8,2%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 76,5% yang artinya sebagian besar responden memiliki minat untuk membeli Luwak Kopi Hitam. Namun, ada sebesar 8,2% responden yang tidak memiliki minat untuk membeli Luwak Kopi Hitam.

Tabel 4.27
Responden berminat membeli produk Luwak Kopi Hitam jika ingin minum kopi
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	12	12,2%
2.	Setuju	73	74,5%
3.	Tidak Setuju	12	12,2 %
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh respondensebanyak 98 orang

dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 12 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 12,2%, 73 orang menjawab setuju dengan persentase 74,5%, 12 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 12,2%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan persentase sebesar 74,5% yang artinya sebagian besar responden memiliki minat untuk membeli Luwak Kopi Hitam jika ingin minum kopi. Namun, ada sebesar 12,2% responden yang lebih memilih membeli produk lain dibanding Luwak Kopi Hitam jika ingin minum kopi.

Tabel 4.28
Responden berminat untuk mencoba rasa dari Luwak Kopi Hitam
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	11	11,2%
2.	Setuju	72	73,5%
3.	Tidak Setuju	14	14,3 %
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 11 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 11,2%, 72 orang menjawab setuju dengan persentase 73,5%, 14 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 14,3%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan persentase sebesar 73,5% yang artinya sebagian besar responden memiliki minat untuk mencoba rasa dari Luwak Kopi Hitam. Namun, ada sebesar 14,3% responden yang tidak memiliki

minat dan rasa penasaran untuk mencoba rasa dari Luwak Kopi Hitam.

Tabel 4.29
Responden berminat mengkonsumsi Luwak Kopi Hitam secara terus menerus
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	5	5,1%
2.	Setuju	64	65,3%
3.	Tidak Setuju	26	26,5%
4.	Sangat Tidak Setuju	5	5,1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 5 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 5,1%, 64 orang menjawab setuju dengan persentase 65,3%, 26 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 26,5%, dan 5 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 5,1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 65,3% yang artinya responden berminat untuk mengkonsumsi Luwak Kopi Hitam secara terus-menerus. Namun, ada sebesar 26,5% responden mungkin hanya ingin mencoba tetapi tidak ingin membelinya secara terus-menerus.

b. Referensial

Tabel 4.30
Responden merekomendasikan Luwak Kopi Hitam pada keluarga, teman, dan kerabat
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	9	9,2%
2.	Setuju	70	71,4%
3.	Tidak Setuju	18	18,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Pada November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 9 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 9,2%, 70 orang menjawab setuju dengan persentase 71,4%, 18 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 18,4%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 71,4% yang artinya sebagian besar responden merekomendasikan Luwak Kopi Hitam kepada teman, kerabat, atau keluarga untuk mencoba rasa dari Luwak Kopi Hitam tersebut. Namun, ada sebesar 18,4% responden yang tidak merekomendasikannya.

Tabel 4.31
Responden berbagi pengalaman mengenai rasa dari Luwak Kopi Hitam kepada orang lain
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	8	8,2%
2.	Setuju	70	71,4%
3.	Tidak Setuju	19	19,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Pada Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 8 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 8,2%, 70 orang menjawab setuju dengan persentase 71,4%, 19 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 19,4%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 71,4% yang artinya sebagian besar responden merekomendasikan Luwak Kopi

Hitam kepada orang lain diluar teman, keluarga atau kerabatnya. Namun, ada sebesar 19,4% responden yang tidak ingin merekomendasikan kepada orang lain.

Tabel 4.32
Responden menyarankan keluarga, teman, dan kerabat untuk membeli Luwak Kopi Hitam
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	11	11,2%
2.	Setuju	74	75,5%
3.	Tidak Setuju	13	13,3%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Pada November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 11 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 11,2%, 74 orang menjawab setuju dengan persentase 75,5%, dan 13 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 13,3%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 75,5% yang artinya sebagian besar responden menyarankan teman, keluarga atau kerabatnya untuk membeli Luwak Kopi Hitam. Namun, ada sebesar 13,3% responden yang tidak ingin menyarakannya.

Tabel 4.33
Responden memberikan informasi tentang keunggulan produk dari Luwak Kopi Hitam
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	7	7,1%
2.	Setuju	76	77,6%
3.	Tidak Setuju	14	14,3%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Pada November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang

dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 7 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 7,1%, 76 orang menjawab setuju dengan persentase 77,6%, 14 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 14,3%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 77,6% yang artinya sebagian besar responden memberikan informasi tentang keunggulan dari Luwak Kopi Hitam. Namun, ada sebesar 14,3% responden yang tidak setuju untuk memberikan informasi tentang keunggulan produk Luwak Kopi Hitam.

c. Preferensial

Tabel 4.34
Luwak Kopi Hitam menjadi pilihan utama ketika ingin minum kopi instan
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	13	13,3%
2.	Setuju	70	71,4%
3.	Tidak Setuju	13	13,3%
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Pada November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 13 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 13,3%, 70 orang menjawab setuju dengan persentase 71,4%, 13 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 13,3%, dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 71,4% yang artinya Luwak Kopi Hitam menjadi pilihan utama responden ketika

ingin minum kopi instan. Namun, ada sebesar 13,3% responden yang tidak menjadikan Luwak Kopi Hitam pilihan sebagai pilihan utamanya.

Tabel 4.35
Luwak Kopi Hitam menjadi pilihan utama ketika sedang bersantai
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	8	8,2%
2.	Setuju	78	79,6%
3.	Tidak Setuju	9	9,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	3	3,1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 8 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 8,2%, 78 orang menjawab setuju dengan persentase 79,6%, 9 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 9,2%, dan 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 3,1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 79,6% yang artinya Luwak Kopi Hitam menjadi pilihan utama responden ketika ingin bersantai. Namun, ada sebesar 9,2% responden yang tidak menjadikan Luwak Kopi Hitam pilihan sebagai pilihan utamanya ketika ingin bersantai.

Tabel 4.36
Jika tidak ada Luwak Kopi Hitam, responden tidak ingin minum kopi
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	4	4,1%
2.	Setuju	66	67,3%
3.	Tidak Setuju	24	24,5%
4.	Sangat Tidak Setuju	4	4,1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Pada November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 4 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 4,1 %, 66 orang menjawab setuju dengan persentase 67,3%, 24 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 24,5%, dan 4 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 4,1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 67,3% yang artinya responden tidak ingin merek kopi lain selain Luwak Kopi Hitam. Namun, ada sebesar 24,5% responden yang akan tetap minum kopi walaupun bukan dari Luwak Kopi Hitam.

Tabel 4.37
Luwak Kopi Hitam adalah kopi hitam kesukaan responden
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	10	10,2%
2.	Setuju	74	75,5%
3.	Tidak Setuju	12	12,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Pada November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 10 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 10,2%, 74 orang menjawab setuju dengan persentase 75,5%, 12 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 12,2%, dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 75,5% yang artinya sebagian besar responden memilih Luwak Kopi Hitam sebagai kopi kesukaannya. Namun, ada sebesar 12,2% responden yang lebih menyukai

merek kopi lain dibanding Luwak Kopi Hitam.

d. Exploratif

Tabel 4.38
Responden selalu mencari tahu produk baru dari Kopi Luwak
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	12	12,2%
2.	Setuju	75	76,5%
3.	Tidak Setuju	10	10,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Pada November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 12 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 12,2%, 75 orang menjawab setuju dengan persentase 76,5%, 10 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 10,2%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 76,5% yang artinya sebagian besar responden selalu mencari tahu produk baru dari Kopi Luwak. Namun, ada sebesar 10,2% responden yang memilih untuk tidak mencari tahu produk baru yang dikeluarkan oleh Kopi Luwak.

Tabel 4.39
Responden selalu mencari tahu promo dari Luwak Kopi Hitam di supermarket atau minimarket
N = 98

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	9	9,2%
2.	Setuju	74	75,5%
3.	Tidak Setuju	14	14,3%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Penelitian Pada November 2021

Berdasarkan data table di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 9 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 9,2%, 74 orang menjawab setuju dengan persentase 75,5%, 14 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 14,3%, dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1%.

Data tertinggi dari pernyataan ini adalah setuju dengan presentase sebesar 75,5% yang artinya sebagian besar responden mencari tahu promo dari Luwak Kopi Hitam di supermarket atau minimarket. Namun, ada sebesar 14,3% responden yang memilih untuk tidak mencari tahu promo dari Luwak Kopi Hitam.

4. Rekapitulasi Variabel X dan Y

Berikut adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X yakni Pengaruh *Celebrity Endorser* Arya Saloka berdasarkan tabel sebagai berikut.

Tabel 4.40 Rekapitulasi Variabel X

No.	Pernyataan	Mean
1.	X1	3,22
2.	X2	3,13
3.	X3	3,08
4.	X4	3,15
5.	X5	3,10
6.	X6	3
7.	X7	3,18
8.	X8	3,05
9.	X9	3,08
10.	X10	3,08
11.	X11	3,08
12.	X12	3,08
13.	X13	3,09
14.	X14	3,03
15.	X15	3,10
16.	X16	3,09
17.	X17	3,09
18.	X18	3,13
19.	X19	3,10
20.	X20	3,13
21.	X21	3,11
22.	X22	3
Jumlah		68,1
Rata-rata		3,09

Sumber: Hasil Penelitian November 2021

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa variabel Pengaruh *Celebrity Endorser*

Arya Saloka tergolong tinggi (setuju) dengan hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel *Celebrity Endorser* (X) sebesar 3,09.

Berikut adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel Y yakni Minat Beli berdasarkan tabel sebagai berikut.

Tabel 4.41 Rekapitulasi Variabel Y

No.	Pernyataan	Mean
1.	Y1	3,10
2.	Y2	3,01
3.	Y3	3,02
4.	Y4	2,72
5.	Y5	2,92
6.	Y6	2,91
7.	Y7	3
8.	Y8	2,92
9.	Y9	3,01
10.	Y10	2,96
11.	Y11	2,82
12.	Y12	2,95
13.	Y13	3,01
14.	Y14	2,96
Jumlah		41,31
Rata-rata		2,95

Sumber: Hasil Penelitian November 2021

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa variabel Minat Beli tergolong tinggi

(setuju) dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel Minat Beli (Y) sebesar 2,95.

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel independent (X) yaitu *Celebrity Endorser* Arya Saloka terhadap variabel dependen (Y) yaitu Minat Beli. Berikut adalah hasil dari pengolahan SPSS (*Statistic Package for Social Science*) 24.0 for windows :

Tabel 4.42 Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,738 ^a	,544	,539	6,001

a. Predictors: (Constant), CELEBRITY ENDORSER

Sumber: Hasil SPSS Versi 24

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). R disebut sebagai koefisien korelasi antara variabel Pengaruh *Celebrity Endorser* Arya Saloka Pada Iklan Luwak Kopi Hitam di Televisi Terhadap Minat beli dengan nilai R sebesar 0,738 yaitu diantara 0,600 – 0,799 artinya hubungan atau korelasi antara variabel *Celebrity Endorser* berpengaruh sangat tinggi atau kuat. Hal tersebut dapat dilihat dari:

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali
2. 0,200 – 0,399 artinya rendah atau lemah tapi pasti
3. 0,400 – 0,599 artinya cukup atau sedang
4. 0,600 – 0,799 artinya tinggi atau kuat
5. 0,800 – 1,000 artinya sangat tinggi atau kuat sekali

Sedangkan R square disebut sebagai koefisien determinasi, dapat dijelaskan bahwa nilai R square menunjukkan angka 0,544. Angkatersebut dapat diartikan bahwa Minat Beli yang disebabkan oleh Pengaruh *Celebrity Endorser* Arya Saloka sebesar 54,4% sementara sisanya yaitu 45,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian. Nilai R square menunjukkan angka 0,544 atau 54,4% artinya *Celebrity Endorser* Arya Saloka berpengaruh terhadap Minat Beli.

Selanjutnya, yaitu analisis uji regresi linear sederhana yaitu analisis yang bertujuan untuk memperoleh gambaran penuh antarvariabel X yaitu *Celebrity Endorser* terhadap variabel Y yaitu Minat Beli.

Berikut ini adalah tabel ANOVA yang akan menunjukkan pengaruh antara variabel X dan Y, sebagai berikut.

Tabel 4.43 Tabel ANOVA

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4124,267	1	4124,267	114,508	,000 ^b
	Residual	3457,651	96	36,017		
	Total	7581,918	97			

a. Dependent Variable: MINAT BELI

b. Predictors: (Constant), CELEBRITY ENDORSER

Sumber: Hasil SPSS Versi 24

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 114,508 dengan nilai signifikansi 0,00. Karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu $0,00 < 0,10$ maka dapat diartikan bahwa variabel *Celebrity Endorser* Arya Saloka berpengaruh terhadap Minat Beli.

Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus $< 0,10$. Karena angka probabilitas (sig) $0,00 < 0,10$ maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh *Celebrity Endorser* Arya Saloka Pada Iklan Luwak Kopi Hitam di Televisi Terhadap Minat Beli.

Untuk mengetahui persamaan regresi yang bersifat signifikan dan garis regresi berbentuk linear, maka digunakan rumus regresi

linear $Y = a + bX$, yaitu sebagaimana dapat dilihat pada analisis berikut:

Tabel 4.44
Coefficients
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	21,337	5,775		3,695
	CELEBRITY ENDORSER	,453	,042	,738	10,701

Coefficients^a

Model		Sig.
1	(Constant)	,000
	CELEBRITY ENDORSER	,000

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber: Hasil SPSS Versi 24

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi, sebagaiberikut.

Rumus Regresi Linear

$$Y = a + bX$$

$$Y = 21,337 + 0,453$$

Dimana:

Y = Minat Beli, X = *Celebrity Endorser*, a = nilai konstan dari *Unstandardized Coefficients*. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 21,337 b = nilai koefisien regresi.

Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,453.

Persamaan tersebut menunjukkan, apabila nilai $X = 0$ maka $Y = 21,337$ dan jika $X = 1$ maka $Y = 21,79$. Artinya setiap peningkatan *Celebrity Endorser* Arya Saloka sebesar 1, akan meningkatkan Minat Beli sebesar 21,79.

6. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait *Celebrity Endorser* (X) terhadap Minat Beli (Y) untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut.

$$t = \frac{\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan: r = Koefisien korelasi antara X dan Y
 n = Jumlah sampel

Maka dengan demikian:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_1 diterima (memiliki pengaruh) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Diketahui:

$$n = 98$$

$$r = 0,738$$

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,738 \sqrt{98-2}}{\sqrt{(1-0,738^2)}}$$

$$t = \frac{0,738 \sqrt{(96)}}{\sqrt{(1-0,54)}}$$

$$t = \frac{0,738 \times 9,8}{\sqrt{0,46}}$$

$$t = \frac{7,232}{0,67}$$

$$t = 10,794$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai t_{hitung} yaitu 10,794 sedangkan untuk nilai t_{tabel} dengan taraf kepercayaan 90% tau signifikansi 10% ($\alpha = 0,10$ atau 0,1) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau n . Dalam penelitian ini

jumlah responden (n) = 98, maka derajat bebasnya (df) $n - k = 98 - 2 = 96$. Dengan derajat kebebasan sebesar 96 dan signifikansinya 10% adalah 1,66088 dibulatkan menjadi 1,661. Karena nilai $t_{hitung} (10,794) > t_{tabel} (1,661)$, maka H_0 ditolak H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara *Celebrity Endorser* Arya Saloka terhadap Minat Beli.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu *Celebrity Endorser* dan Minat Beli. Penelitian dilakukan kepada 98 orang responden yang merupakan *followers* Instagram @kopiluwakofficial, dapat diketahui bahwa

seluruh responden sebanyak 98 dengan presentase 5,2% dalam penelitian ini berusia 17 – 20 tahun, 16,3% berusia 21 – 25 tahun, 15,3% berusia 26 – 30 tahun, 42,8% berusia 31 – 35 tahun. 12,2% berusia 36 – 40 tahun dan 8,2% berusia 41 – 45 tahun (tabel 4.1). Identitas responden lainnya dapat dilihat dari jenis kelamin dengan mayoritas perempuan dengan persentase 78,6% dan laki-laki sebanyak 21,4% (tabel 4.2). Identitas responden selanjutnya adalah status pekerjaan saat ini, dari 98 responden terdapat 3,1% pelajar, 13,3% mahasiswa, 37,7% karyawan/bekerja, 43,9% ibu rumah tangga, dan 2% belum bekerja (tabel 4.3).

1. *Celebrity Endorser* Arya Saloka pada *followers* akun Instagram @kopiluwakofficial

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwa pengaruh *Celebrity Endorser* Arya Saloka memiliki 4 (empat) dimensi yang

dapat dilihat dari pernyataan pada variabel X di kuesioner penelitian. Hasil dari penilaian responden bahwa dimensi variabel X (*Celebrity Endorser*) antara lain *Visibility*, *Credibility*, *Attraction*, dan *Power* tergolong tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pengaruh *Celebrity Endorser* Arya Saloka (X) sebesar 3,09 (tabel 4.40).

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel X (*Celebrity Endorser*) pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah X1 dengan pernyataan “Arya Saloka cukup terkenal di Indonesia” yaitu sebesar 3,22 (tabel 4.40) karena nama Arya Saloka yang sedang melonjak berkat sinetron “Ikatan Cinta” yang membuat orang-orang mengenal dan mengetahui Arya Saloka.

Lalu berdasarkan dimensi teori yang digunakan (Rossiter dan Percy, dalam Superwiratni 2018) untuk mengukur variabel X yang terdiri dari:

1. *Visibility*, yaitu seberapa besar popularitas selebriti tersebut. Dilihat dari hasil pernyataan indikator *visibility* mayoritas dari jawaban responden memilih setuju yang artinya terbukti bahwa Arya Saloka merupakan artis yang populer.
2. *Credibility*, yaitu keahlian berisi mengenai tingkat pengetahuan seorang selebriti tentang produk yang dipasarkan dan kemampuan selebriti untuk meyakinkan, membujuk, dan menimbulkan rasa percaya diri pada konsumen suatu produk. Dilihat dari hasil pernyataan indikator *credibility* mayoritas dari jawaban responden memilih setuju yang artinya terbukti bahwa Arya Saloka memiliki kemampuan dibidangnya dan mampu menarik perhatian

masyarakat dengan kredibilitas yang dimilikinya.

3. *Attraction*, yaitu tingkat disukai dan tingkat kesamaan dengan tingkat kepribadian selebriti yang menjadi keinginan target pengguna merek. Dilihat dari hasil pernyataan indikator *attraction* mayoritas dari jawaban responden memilih setuju yang artinya terbukti bahwa Arya Saloka memiliki daya tarik fisik dan karakter untuk menarik perhatian konsumen.
4. *Power*, yaitu kemampuan selebriti dalam menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Dilihat dari hasil pernyataan indikator *power* mayoritas dari jawaban responden memilih setuju yang artinya terbukti bahwa Arya Saloka memiliki kemampuan untuk mempengaruhi konsumen dan ajakan untuk membeli.

2. Minat Beli pada *followers* akun Instagram @kopiluwakofficial

Berdasarkan teori Minat Beli yang digunakan (Ferdinand, dalam Feny 2018) memiliki 4 (empat) dimensi yang dapat dilihat dari pernyataan pada variabel Y di kuesioner penelitian. Hasil dari penelitian responden bahwa dimensi Minat Beli antara lain,

1. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk yang akan dikonsumsinya. Dilihat dari hasil pernyataan indikator minat transaksional, mayoritas dari jawaban responden memilih setuju yang artinya terbukti bahwa responden memiliki minat beli terhadap varian terbaru Kopi Luwak yaitu Luwak Kopi Hitam.
2. Minat Referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk yang sudah dibelinya agar dibeli juga oleh orang lain dengan

referensi pengalaman konsumsinya. Dilihat dari hasil pernyataan indikator minat transaksional mayoritas dari jawaban responden memilih setuju yang artinya terbukti bahwa responden merekomendasikan produk Luwak Kopi Hitam kepada orang lain, teman, keluarga atau kerabat agar ikut mengkonsumsinya.

3. Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi. Dilihat dari hasil pernyataan indikator minat preferensial mayoritas dari jawaban responden memilih setuju yang artinya terbukti bahwa responden lebih memilih mengonsumsi Luwak Kopi Hitam dibanding merek kopi hitam instan lainnya.
4. Minat Eksploratif, yaitu perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. Dilihat dari hasil pernyataan indikator minat eksploratif mayoritas dari jawaban responden memilih setuju yang artinya terbukti bahwa responden selalu mencari tahu tentang produk dari Kopi Luwak contohnya promo-promo yang ada di supermarket atau mencoba dan mengonsumsi varian produk terbaru dari Kopi Luwak.

Menurut teori yang digunakan untuk mengukur variabel Y (Minat Beli) pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah Y1 yang memiliki pernyataan “Saya berminat untuk membeli Luwak Kopi Hitam” yaitu 3,10 (4.41) karena sebelum meluncurnya varian baru Luwak Kopi Hitam ini, varian sebelumnya yaitu varian White Koffie sudah sangat terkenal. Maka dari itu, peluncuran varian baru kopi

hitam dari Luwak ini menimbulkan minat dan ketertarikan pada orang untuk membeli dan mencobanya.

3. Pengaruh *Celebrity Endorser* Arya Saloka Pada Iklan Luwak Kopi Hitam di Televisi Terhadap Minat Beli pada *followers* akun Instagram @kopiluwakofficial

Pernyataan pada variabel X (*Celebrity Endorser* Arya Saloka) dan variabel Y (Minat Beli) dalam penelitian ini telah memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji reliabilitas pada variabel X (*Celebrity Endorser* Arya Saloka) dan variabel Y (Minat Beli) menunjukkan nilai *alpha* hitung yang positif serta pada tingkat reliabilitas $> 0,80$ s.d $1,00$ (tabel 3.5 dan tabel 3.6), maka kuesioner variabel X dan Y sangat reliabel.

Untuk membuktikan adanya pengaruh *Celebrity Endorser* Arya Saloka terhadap Minat Beli, maka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. Uji t bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi, kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapatkan nilai t_{hitung} 10,794 yang lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,661. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara *Celebrity Endorser* Arya Saloka terhadap Minat Beli.

Berdasarkan perhitungan, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara *celebrity endorser* Arya Saloka terhadap minat beli sebesar 0,738 yaitu diantara 0,600 – 0,799 yang berarti hubungan atau korelasi antara

variabel tinggi atau kuat.

R square yang 0,544 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, dalam penelitian ini Minat Beli dipengaruhi sebesar 54,4% sementara sisanya yaitu 45,6 dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa *followers* Instagram @kopiluwakofficial merasa bahwa *Celebrity Endorser* Arya Salokamempengaruhi seseorang untuk memiliki minat beli

