

**PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI *CELEBRITY*  
*ENDROSER, ADVERTISING* DAN DIFERENSIASI PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI  
(Studi Kasus Pada masyarakat di Bekasi)**

***THE INFLUENCE OF CHOI SIWON AS A CELEBRITY  
ENDROSER, ADVERTISING AND PRODUCT  
DIFFERENCE ON PURCHASE INTEREST  
(Case Study on people in Bekasi)***

Oleh:

**Dini Indriani**

**2019410162**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi  
Manajemen pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2023**


**PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI *CELEBRITY*  
*ENDROSER, ADVERTISING* DAN DIFERENSIASI PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI  
(Studi Kasus Pada masyarakat di Bekasi)**

***THE INFLUENCE OF CHOI SIWON AS A CELEBRITY  
ENDROSER, ADVERTISING AND PRODUCT  
DIFFERENCE ON PURCHASE INTEREST  
(Case Study on people in Bekasi)***


Oleh  
**Dini Indriani**  
2019410162

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada Telah Disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal seperti tertera dibawah ini  
Jakarta,

  
Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M

Dosen Pembimbing

  
Dr. Firsan Nova  
Penguji I

  
Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M

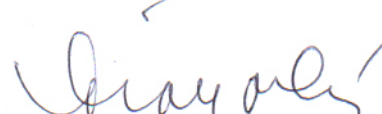
Penguji II

  
Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M

Penguji III

  
Mu'man Nuryana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi

  
Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si

Ketua Program Studi

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda dibawah ini :

Nama : Dini Indriani

NIM : 2019410162

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

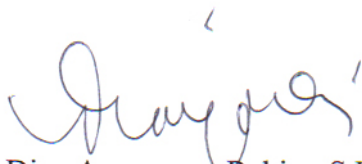
Judul Skripsi : Pengaruh Choi Siwon Sebagai *Celebrity Endorser, Advertising*  
Dan Diferensiasi Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada  
masyarakat di Bekasi)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan di hadapan panitia  
penguji skripsi.

Jakarta, 3 Juli 2023

Mengetahui.

Menyetujui,



Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si

**Ketua Jurusan Manajemen**

Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M

**Dosen Pembimbing**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dini Indriani

NIM : 2019410162

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Choi Siwon Sebagai *Celebrity Endorser, Advertising* Dan Diferensiasi Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada masyarakat di Bekasi) yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya dan menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Darma Persada. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 3 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,

  
  
Dini Indriani

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Celebrity Endorser*, *Advertising* dan Diferensiasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen mie instan di Bekasi. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden konsumen Mie Instan yang melihat iklan dan mengetahui Choi Siwon sebagai *celebrity endorser* Mie Sedaap *Selection Korean Spicy Chicken*. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus proporsi tak terduga. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan sederhana, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heterokedastisitas) dilakukan sebagai persyaratan yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji (F), secara parsial menggunakan uji (T).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser*, *advertising* dan diferensiasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $45,335 > 2,70$ ). Sedangkan *celebrity endorser* secara parsial/sebagian tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikan  $0,855 < 0,05$  dan uji T dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sebesar ( $0,183 < 1,984$ ), *advertising* secara parsial/sebagian mempunyai pengaruh terhadap minat beli, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sebesar ( $3,370 > 1,984$ ). Dan diferensiasi produk secara parsial/sebagian mempunyai pengaruh terhadap minat beli, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sebesar ( $5,333 > 1,984$ ).

**Kata Kunci:** *Celebrity Endorser*, *Advertising*, Diferensiasi Produk, Minat Beli

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze the influence of Celebrity Endorser, Advertising and Product Differentiation on Purchase Interests of Consumers' Choice of mie instans in Bekasi. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 Instant Noodle consumer respondents who saw the advertisement and knew Choi Siwon as the celebrity endorser of Mie Sedaap Selection Korean Spicy Chicken. Sampling is done by using the unexpected proportion formula. The analytical tool used is multiple and simple linear regression, classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test) are carried out as requirements that must be met in multiple linear regression analysis. Simultaneous hypothesis testing using test (F), partially using test (T).*

*The results of this study indicate that the celebrity endorser, advertising and product differentiation variables simultaneously influence purchasing decisions, this is evidenced by the F test with  $F_{count} > F_{table}$  ( $45,335 > 2.70$ ). Meanwhile, celebrity endorsers partially have no significant effect on buying interest, this is evidenced by a significant value of  $0.855 < 0.05$  and the T test with a  $T_{count} > T_{table}$  value of ( $0.183 < 1.984$ ), advertising partially has an influence on interest buy, this is evidenced by the T test with a value of  $T_{count} > T_{table}$  of ( $3.370 > 1.984$ ). And product differentiation partially has an influence on buying interest, this is evidenced by the T test with a  $T_{count} > T_{table}$  of ( $5.333 > 1.984$ )*

**Keywords: Celebrity Endorser, Advertising, Product Differentiation, Purchase Intention**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hikmahnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI *CELEBRITY ENDORSER, ADVERTISING* DAN *DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI*”** sebagai salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada Jakarta Timur. Penulis sangat menyadari bahwa proposal skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna karena mungkin banyak kekurangan dalam pembuatannya, sehingga penulis berharap kepada pembaca agar dapat memberi masukan serta masukannya. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu dan memberi dukungan serta doa kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M selaku dosen pembimbing dalam penyusunan proposal skripsi ini. Terima kasih telah meluangkan waktu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi.
2. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E.,M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Bapak/Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh Karyawan dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu dari awal perkuliahan sampai penulis menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Bapak saya tercinta yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan doa serta perhatiannya sepanjang waktu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini.
6. Terimakasih kepada keluarga dan saudara saya tercinta yang telah mendukung dan memberikan dorongan kepada saya untuk bisa menyelesaikan proposal skripsi ini.
7. Terimakasih kepada sahabat seperjuangan saya, Alni dan Reisyah yang telah Memberikan motivasi, semangat, dan dorongan kepada saya dan telah berjuang bersama-sama demi terselesaikan proposal skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.



Penulis menyadari bahwa Penelitian Skripsi ini dibuat tidak luput dari kekurangan, sehingga dengan hati yang tulus penulis sangat berterima kasih apabila ada saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan proposal skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat dan berguna bagi semua pihak dikemudian hari.

Bekasi, 16 Mei 2023

Dini Indriani



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah .....</b>	<b>18</b>
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	18
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	19
1.2.3 Rumusan Masalah.....	19
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>20</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>20</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>22</b>
<b>2.1 Landasan Teori.....</b>	<b>22</b>
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	22
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	23
2.1.3 Konsep Pemasaran.....	25
2.1.4 Produk.....	28
2.1.5 <i>Model Intergrated Marketing Communication</i> .....	32
2.1.6 Promosi .....	33
2.1.7 Celebrity Endorser .....	35
2.1.8 <i>Advertising</i> (Iklan) .....	39
2.1.9 Diferensiasi Produk.....	45

2.1.10 Minat Beli .....	46
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>49</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>57</b>
<b>2.4 Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>60</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>62</b>
<b>3.1. Metode yang Digunakan .....</b>	<b>62</b>
<b>3.2. Waktu dan Tempat Penelitian .....</b>	<b>63</b>
<b>3.3. Operasionalisasi Variabel .....</b>	<b>63</b>
<b>3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data .....</b>	<b>69</b>
3.4.2 Jenis dan Sumber Data .....	69
3.4.1 Lokasi penelitian .....	70
3.4.3 Populasi dan Sampel .....	70
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>72</b>
3.5.1 Kuesioner .....	72
<b>3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....</b>	<b>74</b>
3.6.1 Rancangan Analisis .....	74
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	76
3.6.3 Alat Analisis Data .....	79
3.6.4. Uji Hipotesis .....	85
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>87</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>87</b>
4.1.1 Profil Mie Sedaap Selection Korean Spicy Chicken .....	87
<b>4.2 Karakteristik Responden .....</b>	<b>90</b>
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	90
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	91
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	92
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	93
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	94
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Mengkonsumsi mie instan .....	95
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-rata untuk membeli mie instan .....	96

4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Konsumsi dalam 1 Bulan.....	97
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Konsumsi Mie Instan ..	97
<b>4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....</b>	<b>98</b>
4.3.1 <i>Celebrity Endorser</i> .....	98
4.3.2 <i>Advertising</i> .....	111
4.3.3 Diferensiasi Produk.....	126
4.3.4 Minat Beli .....	138
<b>4.4 Uji Keabsahan Data .....</b>	<b>149</b>
4.4.1 Uji Validitas .....	150
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	151
<b>4.5 Uji Asumsi Klasik .....</b>	<b>153</b>
4.5.1 Uji Normalitas.....	153
A4.5.2 Uji Multikolonieritas.....	154
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	155
4.5.4 Uji Autokorelasi .....	156
<b>4.6 Pembahasan Analisis Regresi .....</b>	<b>157</b>
4.6.1 Regresi Linier Berganda .....	157
4.6.2 Analisis Linier Sederhana .....	159
4.6.3 Koefisien Korelasi (R).....	161
4.6.4 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	162
<b>4.7 Uji Hipotesis .....</b>	<b>163</b>
4.7.1 Uji Simultan (Uji F).....	163
4.7.2 Uji Parsial (Uji T) .....	164
<b>4.8 Hasil Pembahasan .....</b>	<b>170</b>
4.8.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X1), <i>Advertising</i> (X2), Diferensiasi Produk (X3) Terhadap Minat Beli (Y).....	171
4.8.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X1) Terhadap Minat Beli (Y).....	172
4.8.3 Pengaruh <i>Advertising</i> (X2) Terhadap Minat Beli (Y).....	173
4.8.4 Pengaruh Diferensiasi Produk (X3) Terhadap Minat Beli (Y) .....	173
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>175</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>175</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>176</b>

DAFTAR PUSTAKA..... 177



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Awards Aktor Korea Choi Siwon .....	15
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	49
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	63
Tabel 3. 2 Media Penyebaran Kuesioner .....	72
Tabel 3. 3 Skala Likert .....	73
Tabel 3. 4 Rentang Skala .....	80
Tabel 3. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	83
Tabel 3. 6 Tingkat Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	90
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	91
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	92
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	93
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	94
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Berapa Lama Konsumsi .....	95
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Untuk Mie .....	96
Tabel 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Konsumsi.....	97
Tabel 4. 9 Profil Responden Berdasarkan Alasan Konsumsi.....	98
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 1.....	99
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 2.....	100
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 3 .....	101
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 4 .....	102
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 5 .....	103
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 6 .....	104
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 7 .....	105
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 8 .....	106
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 9 .....	107
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 10 .....	108
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 11 .....	109
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 12 .....	110
Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 13 .....	111
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 14 .....	112
Tabel 4. 24 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 15 .....	113
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 16 .....	114
Tabel 4. 26 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 17 .....	115
Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 18 .....	116
Tabel 4. 28 Tangaapan Responden Terhadap Pertanyaan 19 .....	117
Tabel 4. 29 Tangaapan Responden Terhadap Pertanyaan 20 .....	118
Tabel 4. 30 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 21 .....	119
Tabel 4. 31 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 22 .....	120

<b>Tabel 4. 32 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 23</b> .....	121
<b>Tabel 4. 33 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 24</b> .....	122
<b>Tabel 4. 34 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 25</b> .....	123
<b>Tabel 4. 35 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 26</b> .....	124
<b>Tabel 4. 36 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 27</b> .....	125
<b>Tabel 4. 37 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 28</b> .....	126
<b>Tabel 4. 38 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 29</b> .....	127
<b>Tabel 4. 39 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 30</b> .....	128
<b>Tabel 4. 40 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 31</b> .....	129
<b>Tabel 4. 41 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 32</b> .....	130
<b>Tabel 4. 42 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 33</b> .....	131
<b>Tabel 4. 43 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 34</b> .....	132
<b>Tabel 4. 44 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 35</b> .....	133
<b>Tabel 4. 45 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 36</b> .....	134
<b>Tabel 4. 46 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 37</b> .....	135
<b>Tabel 4. 47 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 38</b> .....	136
<b>Tabel 4. 48 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 39</b> .....	137
<b>Tabel 4. 49 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 40</b> .....	138
<b>Tabel 4. 50 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 41</b> .....	139
<b>Tabel 4. 51 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 42</b> .....	140
<b>Tabel 4. 52 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 43</b> .....	141
<b>Tabel 4. 53 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 44</b> .....	142
<b>Tabel 4. 54 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 45</b> .....	143
<b>Tabel 4. 55 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 46</b> .....	144
<b>Tabel 4. 56 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 47</b> .....	145
<b>Tabel 4. 57 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 48</b> .....	146
<b>Tabel 4. 58 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 49</b> .....	147
<b>Tabel 4. 59 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 50</b> .....	148
<b>Tabel 4. 60 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 51</b> .....	149
<b>Tabel 4. 61 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian</b> .....	150
<b>Tabel 4. 62 Hasil Uji Reliabilitas</b> .....	152
<b>Tabel 4. 63 Tabel Kolmogorov Smirnov</b> .....	153
<b>Tabel 4. 64 Hasil Uji Coefficients</b> .....	155
<b>Tabel 4. 65 Hasil Uji Model Summary</b> .....	157
<b>Tabel 4. 66 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli</b> .....	159
<b>Tabel 4. 67 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Advertising Terhadap Minat Beli</b> .....	160
<b>Tabel 4. 68 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Diferensiasi Produk Terhadap Minat Beli</b> .....	161
<b>Tabel 4. 69 Hasil Parameter Uji F</b> .....	163
<b>Tabel 4. 70 Hasil Uji Olah Ulang Model Summary X2 dan X3</b> .....	166
<b>Tabel 4. 71 Hasil Olah Ulang Anova X2 dan X3</b> .....	167

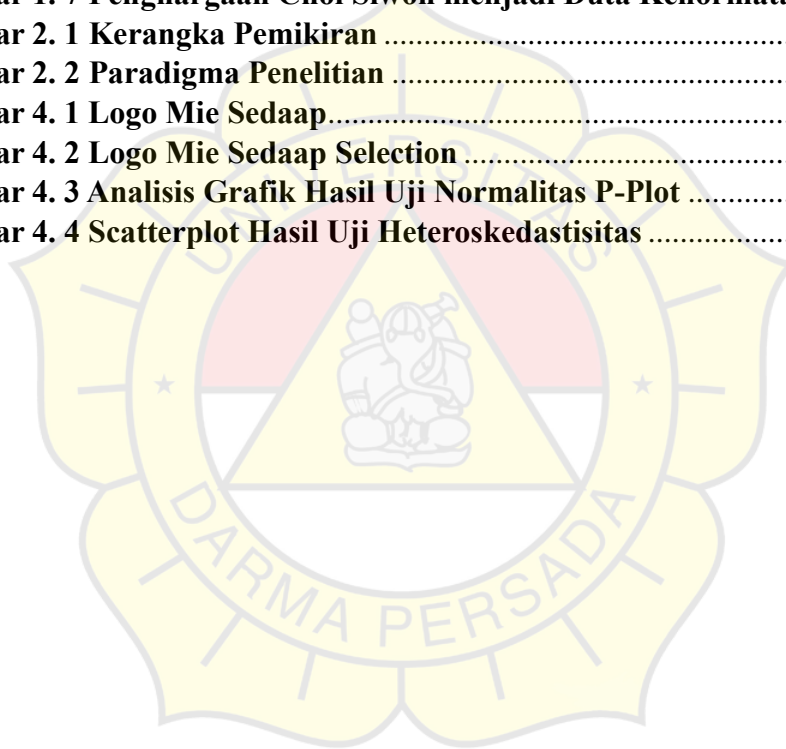
**Tabel 4. 72 Hasil Olah Ulang Coefficients X2 dan X3 .....168**





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 8 Negara dengan konsumsi mie instan terbanyak tahun 2021 ....	2
Gambar 1. 2 Perbandingan mie instan 5 tahun terakhir di Indonesia .....	4
Gambar 1. 3 Banner Advertising (Iklan) Mie Sedaap Selection Korean Spicy Chicken .....	7
Gambar 1. 4 Presentase data merek mie instan yang paling banyak dikonsumsi tahun 2022 .....	8
Gambar 1. 5 Varian inovasi rasa produk Mie Sedaap.....	10
Gambar 1. 6 Celebrity Endroser Mie Sedaap Selection Korean Spicy Chicken Choi Siwon .....	14
Gambar 1. 7 Penghargaan Choi Siwon menjadi Duta Kehormatan 2023.....	16
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	59
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian .....	61
Gambar 4. 1 Logo Mie Sedaap.....	88
Gambar 4. 2 Logo Mie Sedaap Selection .....	89
Gambar 4. 3 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas P-Plot .....	154
Gambar 4. 4 Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	156



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	182
Lampiran 2 Tabulasi Responden.....	193
Lampiran 3 Tabulasi variabel X1.....	205
Lampiran 4 Tabulasi Variabel X2.....	209
Lampiran 5 Tabulasi Variabel X3.....	213
Lampiran 6 Tabulasi Variabel Y.....	217
Lampiran 7 Ftabel .....	222
Lampiran 8 T Tabel .....	223
Lampiran 9 R tabel.....	224
Lampiran 10 Tabel DW.....	225
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Celebrity Endorser .....	226
Lampiran 12 Hasil Uji Validitas Advertising (X2).....	229
Lampiran 13 Hasil Uji Validitas Diferensiasi Produk (X3).....	232
Lampiran 14 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y).....	234
Lampiran 15 Hasil Uji Reliabilitas.....	237
Lampiran 16 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	238
Lampiran 17 Hasil Regresi Linier Sederhana.....	240
Lampiran 18 Hasil Regresi Linier Berganda dan Uji Koefisien.....	241
Lampiran 19 Hasil Uji Hipotesis .....	242
Lampiran 20 Hasil Olah Data Ulang X2 dan X3 .....	243
Lampiran 21 Bukti Penyebaran Kuesioner Online .....	244
Lampiran 22 Catatan Konsultasi Skripsi.....	246
Lampiran 23 Daftar Riwayat Hidup.....	247