ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *Endorser* Mamah Dedeh Terhadap Keputusan Konsumen Muslim di Wonokusumo Jaya Gang Pinggir, Kelurahan Pegirian, Kecamatan Semampir, Surabaya Untuk Membeli Larutan Cap Kaki Tiga. Dan menjawab rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu apakah terdapat pengaruh *endorser* Mamah Dedeh terhadap keputusan konsumen muslim dan seberapa besar pengaruhnya.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif, dengan jumlah sampel 127 orang yang menggunakan rumus slovin dengan tingkat error 5%. Data yang dikumpulkan melalui wawancara dan penyebaran kuesioner. Untuk pengujian kuesioner menggunakan uji validitas dan uji realibilitas, hasilnya valid dan reliabel baik. Selanjutnya teknik analisis datanya menggunkan uji asumsi klasik yaitu: uji regresi linier sederhana, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji hipotesis menggunakan uji F, uji t, dan koefisian determinasi.

Berdasarkan beberapa hasil pengujian yang dilakukan, menunjukkan uji normalitas mempunyai hasil data yang berdistribusi normal dengan nilai p-value yaitu 0,394 > 0,05. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi masalah heteroskedatisitas karena hasil korelasi variabel *endorser* Mamah Dedeh dengan unstandardized Residual bernilai signifikan yaitu sebesar 0,673 > 0,05. Hasil persamaan uji regresi linier, yaitu Y = 4,234 + 1,070x + e, dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05, artinya *endorser* Mamah Dedeh berpengaruh terhadap keputusan konsumen muslim. Pengujian hipotesis menggunakan uji F dengan hasil F hitung sebesar 262,815 dengan signifikan 0,000 < 0,05, artinya *endorser* Mamah Dedeh berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Uji t diperoleh hasil t hitung sebesar 16,212 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, artinya koefisien korelasi signifikan. Dan hasil uji determinasi mendapatakan hasil Adjusted R^2 mendekati 1 yakni 0,678 menunjukkan bahwa variabel keputusan konsumen bisa dijelaskan oleh variabel *endorser* Mamah Dedeh sebesar 67,8% dan sisanya 32,2% dipengaruhi faktor lain.

Hasil dari semua pengujian yang dilakukan, menunjukkan *endorser* Mamah Dedeh berpengaruh dan memiliki pengaruh sebesar 1,070 terhadap keputusan konsumen muslim di Wonokusumo Jaya Gang Pinggir Surabaya. Dan berdasarkan hasil wawancara, warga Wonokusumo membeli larutan karena terdapat *endorser* Mamah Dedeh dalam iklan tersebut. Dari hasil penelitian yang dilakukan, produsen lebih baik menggunkan *endorser* tokoh agama untuk meningkatkan jumlah penjualan kepada konsumen muslim.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id