

Trustworthiness adalah sikap percaya terhadap produk dari pencitraan suatu pendukung. Sehingga *trustworthiness* mengacu pada sejauh mana sumber dipandang memiliki kejujuran, ketulusan, dan dapat dipercaya. Sumber dapat dipercaya secara sederhana berarti *endorser* sebuah merek secara bertingkat membuat *audience* memiliki kepercayaan pada apa yang mereka katakan. Jika sumber atau *endorser* tersebut adalah para ahli maka *trustworthiness* lebih mengarah pada kemampuan para ahli untuk memberi kepercayaan atau percaya diri pada konsumen suatu produk.

2) *Expertise* (Keahlian)

Keahlian merupakan sesuatu menarik yang dimiliki pendukung untuk meyakinkan penonton atau pendengar dalam hal ketrampilannya. Keahlian mengacu pada pengetahuan, pengalaman atau keahlian yang dimiliki oleh seorang *endorser* yang dihubungkan dengan merek yang didukung. Seorang *endorser* yang diterima sebagai seorang yang ahli pada merek yang didukungnya akan lebih meyakinkan dalam menarik *audience* dari pada seorang *endorser* yang tidak diterima sebagai seorang yang ahli.

3) *Attractiveness* (Daya Tarik)

cara penelitian lapangan (*field research*) dengan membagikan kuesioner dan riset perpustakaan data. Teknik pengolahan data yang digunakan ialah pengolahan data dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 19 (uji validitas dan uji reabilitas) dan menggunakan skala likert pada kuesioner.¹⁷

Perbedaan skripsi tersebut dengan skripsi ini terletak pada variabel X (bebas), yang mana skripsi milik Adyatma Arifin variabel bebasnya tentang pengaruh peiklanan sedangkan skripsi ini tentang pengaruh *endorser* Mamah Dedeh. Letak kesamaannya pada variabel Y (terikat) yaitu pengambilan keputusan pembelian.

2. Skripsi Anik Tri Martutik (2010) dengan judul “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Pengguna Jasa Catering pada PT.Sonokembang Wahana Jaya Malang*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel bauran pemasarn berpengaruh dalam keputusan konsumen untuk menggunakan jasa catering di PT. Sonokembang Wahana Jaya Malang. Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah jenis penelitian *explanatory* (penelitian penjelasan). Teknik pengumpulan data meliputi: wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Sampel yang digunakan sebanyak 68 konsumen yang telah menggunakan jasa catering. Alat analisis yang digunakan adalah uji

¹⁷ Adyatma Arifin, *Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent diKota Makassar*, Skripsi, (Makassar, Jurusan Managemen, Fakultas Ekonomi: Universitas Hasanuddin, 2012).

