**Definisi Operasional Variabel**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | Definisi | Item pengukuran |
| Daya Tarik (X1)  (Ohanian, R., 1990) | Elemen-elemen yang terdapat dalam diri selebriti yang meliputi sejumlah karakteristik selebriti dan dapat dilihat khalayak, seperti fisik, kecerdasan, kepribadian, dan gaya hidup. | 1. Selebriti pendukung atraktif. 2. Selebriti pendukung berkelas. 3. Selebriti pendukung tampan. 4. Selebriti pendukung memiliki gaya yang mendukung pesan. 5. Selebriti pendukung berpenampilan menarik. |
| Kepercayaan (X2) (Ohanian, R., 1990) | Suatu nilai kepercayaan dalam meyakinkan konsumen mengenai produk yang sedang dipromosikan. | 1. Selebriti pendukung dapat diandalkan. 2. Selebriti pendukung jujur dalam menyampaikan pesan. 3. Selebriti pendukung konsisten dalam menyampaikan pesan. 4. Selebriti pendukung tulus. 5. Selebriti pendukung dapat dipercaya. |
| Keahlian (X3)  (Ohanian, R., 1990) | Kemampuan dari sumber iklan, dimana dalam hal ini adalah selebriti sebagai bintang iklan untuk membuat pernyataan yang valid mengenai karakteristik dari produk yang diiklankannya. | 1. Selebriti pendukung ahli. 2. Selebriti pendukung berpengalaman. 3. Selebriti pendukung memiliki pengetahuan 4. Selebriti pendukung memiliki kualifikasi yang sesuai. 5. Selebriti pendukung terampil. |
| Keputusan Pembelian (Y)  (Hanayasha, 2018) | Salah satu komponen utama dari perilaku konsumen, dimana dalam suatu keputusan melibatkan diantara dua atau lebih akternatif tindakan. | 1. Saya merasa senang dengan keputusan saya untuk membeli produk Yamaha. 2. Saya akan merekomendasikan merek ini secara positif kepada orang lain. 3. Saya sering membeli dari merek Yamaha. 4. Saya berniat untuk membeli lagi dari merek ini di masa depan. 5. Secara keseluruhan, saya puas dengan pembelian produk Yamaha. |