

**PENGARUH DAYA TARIK PERIKLANAN, *CELEBRITY ENDORSER*,
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-*
COMMERCE SHOPEE MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI BISNIS
PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS NASIONAL**

TUGAS AKHIR

RISKA AYU ANGGRAENI

193402516217



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

**PENGARUH DAYA TARIK PERIKLANAN, *CELEBRITY ENDORSER*,
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-*
COMMERCE SHOPEE MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI BISNIS
PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS NASIONAL**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

RISKA AYU ANGGRAENI

193402516217



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

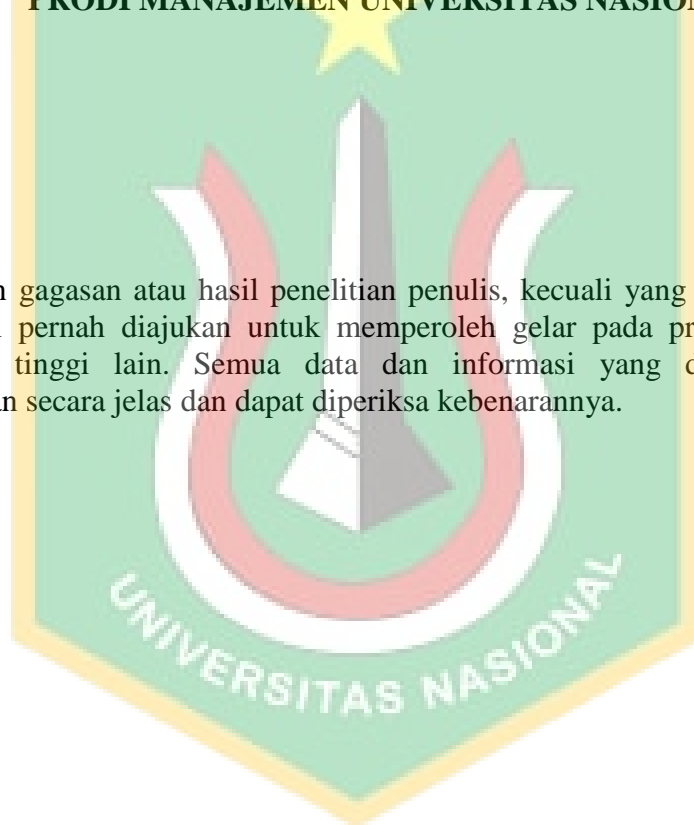
2023

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir ini yang berjudul :

**PENGARUH DAYA TARIK PERIKLANAN, *CELEBRITY ENDORSER*,
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI BISNIS
PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS NASIONAL**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.



Jakarta,



Riska Ayu Anggraeni

NPM : 193402516217

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH DAYA TARIK PERIKLANAN, CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE DI UNIVERSITAS NASIONAL**

Nama Mahasiswa : **RISKA AYU ANGGRAENI**

Nomor Pokok : **193402516217**

Program Studi : **MANAJEMEN**



Jakarta.....

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH DAYA TARIK PERIKLANAN, CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI BISNIS PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS NASIONAL

Nama Mahasiswa : Riska Ayu Anggraeni

Nomor Pokok Mahasiswa : 193402516217

Program Studi : Manajemen

**Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir**



(Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.)

Ketua Penguji

Anggota/Penguji



(Prof. Dr. Lijan Poltak Sinambela. M.M)

(Atsari Sujud. S.E.,M.M)

Mengetahui,

Dekan,



(Kumba Digidowiseiso., SE., M.App.Ec, Ph.D)

Jakarta :2023

Tanggal Lulus :...2023

ABSTRAK

PENGARUH DAYA TARIK PERIKLANAN, *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E- COMMERCE SHOPEE MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI BISNIS PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS NASIONAL

Oleh : Riska Ayu Anggraeni

NPM : 193402516217

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Daya Tarik Periklanan, *Celebriy Endorser*, *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Nasional. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis data pengujian yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, uji kelayakan model dan pengujian hipotesis. Subjek dari penelitian ini yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Univeritas Nasional dengan total responden sebesar 316 dengan metode pengumpulan melalui kuesioner.

Hasil analisis regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Daya Tarik Periklanan berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Nasional, *Celebrity Endorser* berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Nasional, *Brand Image* berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Nasional.

Kata Kunci: Daya Tarik Periklanan, *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, dan Keputusan Pembelian

Abstract

THE EFFECT OF ADVERTISING ATTRACTION, CELEBRITY ENDORSER,
BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS IN E-COMMERCE SHOPEE
STUDENTS OF FACULTY OF BUSINESS ECONOMICS MANAGEMENT
PROGRAM OF NATIONAL UNIVERSITY

By: Riska Ayu Anggraeni

NPM : 193402516217

Final Project, under the guidance of Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.

This study aims to analyze the effect of advertising attractiveness, celebrity endorsers, brand image on purchasing decisions on E-commerce Shopee students of the Faculty of Economics and Business, Management Study Program, National University. The analytical method in this study uses descriptive analysis and inferential analysis. Analysis of test data, namely instrument test, classical assumption test, model feasibility test and hypothesis testing. The subjects of this study were students of the Faculty of Economics and Business, Management Study Program, National University with a total of 316 respondents using a questionnaire method of collecting them.

The results of the regression analysis in this study indicate that Advertising Attractiveness has a positive and significant effect on Purchasing Decisions on E-Commerce Shopee Students of the Faculty of Economics and Business Management Study Program at the National University, Celebrity Endorsers have a positive and significant effect on Purchase Decisions on E-Commerce Shopee Students Faculty of Economics and Business Management Study Program, National University, Brand Image has a positive and significant effect on Purchase Decisions on E-Commerce Shopee Students of the Faculty of Economics and Business Management Study Program, National University.

Keywords: Advertising Attractiveness, Celebrity Endorser, Brand Image, and Purchase Decision

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

1. Nama : Riska Ayu Anggraeni
2. Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 16 Mei 2001
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat :Jalan Abuserin IV no.5 RT.05 RW.06 Cilandak, Gandaria Selatan, Jakarta Selatan, 12420
5. No. Handphone : 085812715717
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : riskaayu1611@gmail.com

B. Data Pendidikan Formal

1. Tahun 2007 s/d 2013 : SDN Gandaria Selatan 01 Pagi
2. Tahun 2013 s/d 2016 : SMP Gelora Depok
3. Tahun 2016 s/d 2019 : SMA PGRI 3 Jakarta
4. Tahun 2019 s/d 2023 : Universitas Nasional

Jakarta,

Riska Ayu Anggraeni

NPM. 193402516217

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT karena rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini membahas tentang “Pengaruh Daya Tarik Periklanan, *Celebriy Endorser, Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Nasional”. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta doa dan bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan ilmu yang sangat penulis perlukan, serta arahan dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Kepada seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu tanpa mengurangi rasa

7. hormat dan terima kasih saya sebagai mahasiswi atas ilmu yang telah diberikan kepada saya dari semester awal sampai dengan saat ini.
8. Kepada seluruh staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu tanpa rasa hormat dan terima kasih saya sebagai mahasiswi yang selalu memberikan informasi dan layanan yang baik.
9. Kepada seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional khususnya prodi Manajemen karena sudah memberikan kesempatan dan membantu saya dalam mengisi kuesioner penelitian.
10. Kepada kedua orangtua saya Brahma Erwindu dan Ani Rohani yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan serta pengertian yang telah diberikan selama ini sehingga saya selalu diberi kemudahan serta kelancaran dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
11. Kepada Mahesa Catur terima kasih untuk waktu dan support systemnya yang selalu ada disamping saya menemani saya dari sempro hingga saat ini sehingga saya bisa menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini dengan baik dan lancar.
12. Kepada Bobby Kurniadi, Afyah Dwi Pratiwi dan Radina Salsabila yang telah memberikan support untuk saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
13. Kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan akses informasi dalam pembuatan dan penyusunan skripsi ini, semoga kebaikan kalian semua mendapat balasan dari Allah SWT.

Dengan keterbatasan ilmu pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dengan kata lain jauh dari kata sempurna maka segala kesalahan dan kekurangan akan ditanggung oleh pihak penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang turut membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta,

Penulis

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Teori yang Terkait Dengan Variabel Penelitian	9
1. Manajemen Pemasaran	9
2. Konsep Pemasaran	10
3. Perilaku konsumen.....	11
4. Keputusan Pembelian	11
5. Daya Tarik Periklanan	14
6. <i>Celebrity Endorser</i>	14
7. <i>Brand Image</i>	16
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	17
C. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	19
D. Kerangka Analisis	25
E. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Objek Penelitian	27

B. Rencana Dan Tahapan Penelitian	28
C. Data Penelitian	28
D. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	29
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Hasil Penelitian.....	37
1. Deskriptif Objek Penelitian	37
2. Deskriptif Data Penelitian.....	38
3. Metode Analisis	47
4. Hasil Uji Kelayakan Instrumen.....	47
5. Hasil Uji Asumsi Klasik	49
6. Hasil Uji Kelayakan Model	52
7. Hasil Pengujian Hipotesis	54
B. Pembahasan	55
1. Daya Tarik Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian	55
2. <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
3. <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	56
BAB V KESIMPULAN	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	20
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert	30
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	41
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Deskriptif Variabel Daya Tarik Periklanan (X1)	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endoser</i> (X2)	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X3).....	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Heterokedastisitas	53
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	55
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.18 Hasil Uji T.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Prediksi Data Pengguna Internet Tahun 2016-2026.....	2
Gambar 1.2 Keputusan Pembelian pada E-Commerce	3
Gambar 2.1 Kerangka Analisis	25
Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Persentase Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Persentase Karakteristik Berdasarkan Usia.....	40
Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Persentase Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	41
Gambar 4.4 Diagram Lingkaran Persentase Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	42

