

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat
guna mengajukan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank
Semarang



Disusun oleh :

NAMA : Ulfa Nazillah

NIM : 16.05.51.0164

Program Studi : S1-Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK)
SEMARANG
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti
ujian pendaran skripsi dengan judul :

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE**

(Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang)

Oleh

Nama : Ulfa Nazillah

Nim : 16.05.51.01164

Progam Studi : S1-Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

Semarang, 11 Februari 2020

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Euis Solihah".

(Dr. Euis Solihah, S.E., M.Si.)

NIDN : 0027037101

HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE

(Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang)

Oleh

Nama : Ulfa Nazillah
Nim : 16.05.51.01164

Progam Studi : S1-Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Pendadaran Skripsi dan Skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal 20 Februari 2020.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing
(Merangkap Penguji I)

(Dr. Euis Soliha, SE., M.Si)
NIDN : 0027037101

Penguji II

(Bambang Sutedjo, DRS., M.M.)
NIDN: 0628036101

Penguji III

(Ali Maskur, SE., M.Kom)
NIDN: 0618076401



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Ulfah Nazillah

NIM : 16.05.51.0164

Program Studi : S1-Manajemen

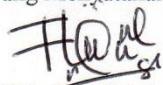
Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul :

PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE
(Studi Kasus Pada mahasiswa di Kota Semarang), tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis yang lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan timdakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 11 Februari 2020

Yang Menyatakan,


(Ulfah Nazillah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan ilmu, kesabaran, kekuatan dan seluruh nikmatnya yang tidak terhingga kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan karya tulis ini dengan baik dan tanpa halangan apapun.
2. Kedua orang tua saya dan kakak saya atas doa dan motivasi mereka saya bisa sampai sejauh ini menyelesaikan perkuliahan hingga mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Semoga Allah SWT memberkahi mereka setiap keadaan. Aamiin
3. Semua keluarga saya yang mendukung dan memberi sumbangsih, baik berupa material maupun non material serta doanya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas karya ilmiah ini dengan baik.
4. Teman saya aulia, hanifah, dera, triana, winda dan sahabat saya vania, dila yang telah memberikan motivasi dan doanya kepada saya serta membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis,

(Ulfa Nazillah)

MOTTO

Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda :

وَمَنْ يُشَاقِقْ يَشْفُقْ اللَّهُ عَلَيْهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

“Barang siapa yang menyulitkan (orang lain) maka Allah akan mempersulitnya para hari kiamat” (HR Al-Bukhari no 7152).

KATA PENGANTAR

Alhamdullilahirobbil ‘alamin puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkat dan rahmat Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”. Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan dengan baik dan tepat waktu berkat adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara moral maupun material. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Dr. Safik Faozi, SH.,M.Hum Selaku rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, SE., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
3. Dr. Sri Sudarsi, SE, M.Si Selaku Ketua Progam Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang.
4. Dr. Euis Soliha, SE. M.Si Selaku dosen pembimbing dan penguji I (satu) yang telah membimbing dan mengembangkan waktu, tenaga,, dan pikiran serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi
5. Semua jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
6. Kedua orang tua saya dan kakak saya atas doa dan motivasi mereka, saya bisa sampai sejauh ini menyelesaikan perkuliahan hingga mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Semoga Allah SWT memeberkahi mereka dalam setiap keadaan. Aamiin.
7. Semua responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktunya dalam pengisian kuesioner.

8. Semua teman-teman dibangku kuliah dan sahabat saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi dan doanya kepada saya.

Penulis sudah semaksimal mungkin dalam membuat dan menyusun skripsi ini, namun apabila pembaca masih menemukan kesalahan ataupun kekurangan, mohon kiranya untuk memberikan kritik dan saran yang dapat membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa/i serta pihak yang terkait yang melakukan penelitian dalam bidang manajemen sumber daya manusia.

Semarang, 11 Februari 2020

Penulis,

(Ulfa Nazillah)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRAC.....	viii
KATA PENGGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Pengertian Celebrity Endorser	9
2.1.2 Pengertian Iklan Televisi	11
2.1.3 Pengertian Keputusan pembelian	12
2.2 Penelitian Empiris/Terdahulu	21
2.3 Hubungan Antar Variabel dan pengembangan Hipotesis	22

2.3.1 Hubungan Celebrity Endorser terhadap Kepuusan pembelian....	22
2.3.2 Hubungan Iklan Televisi terhadap keputusan pembelian	23
2.4 Model Penelitian	25
2.4.1 Model Grafis	25
2.4.2 Model Matematis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Objek Penelitian	27
3.2 Populasi dan Pengambilan Sampel	27
3.2.1 Populasi	27
3.2.2 Sample	27
3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data	29
3.3.1 Jenis Data	29
3.3.1.1 Data primer	29
3.3.1.2 Teknik Pengambilan Data.....	29
3.4 Definisi Konsep, Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	30
3.5 Renca Analisis Data	31
3.5.1 Analisis Deskriptif	32
3.5.1.1 Deskriptif Responden	32
3.5.2 Instrumen penelitian	33
3.5.2.1 Uji Validitas	33
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	33
3.5.3 Analisis Regresi Berganda.....	34
3.5.3.1 Rencana Penguji Model dan Penguji Hipotesis.....	34
3.5.3.1.1 Uji Koefisien determinasi	34
3.5.3.1.2 Uji F	35
3.5.3.1.3Uji t	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Sebaran Responden	36
4.2 Deskriptif Responden.....	37

4.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	38
4.4 Uji Instrumen	40
4.4.1 Uji Validitas	40
4.4.2 Uji Reliabilitas	40
4.5 Analisis Regresi Berganda	42
4.6 Uji Model	43
4.6.1 Analisis Koefisien Determinasi	43
4.6.2 Uji F.....	43
4.7 Uji t	43
4.8 Pembahasan	44
4.8.1 Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
4.8.2 Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Keterbatasan Penelitian	46
5.3Implikasi Penelitian	47
5.4.1 Implikasi Teoritis	47
5.4.2 Implikasi Manajerial	48
5.4 Agenda penelitian yang akan datang.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN-LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Aplikasi Mobile Shopping Paling Populer	2
Tabel 2.1 Review penelitian Terdahulu	21
Tabel 2.2 kerangka Pikiran	26
Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	31
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner.....	36
Tabel 4.2 Deskripsi Responden.....	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Berganda.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Pikiran 25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner	54
Lampiran 2 Tabulasi Data	59
Lampiran 3 Deskripsi Responden	67
Lampiran 4 Deskripsi Variabel	70
Lampiran 5 Uji Validitas.....	75
Lampiran 6 Uji Reliabilitas.....	82
Lampiran 6 Uji Regresi Linier berganda	87