

PENGARUH IKLAN DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BELANJA *ONLINE*

(Studi terhadap Mahasiswa Pengguna Aktif Aplikasi Tokopedia di Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan studi akhir dan
untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan
Bisnis Universitas Stikubank

Semarang



Oleh :

Nama : Rio Fata Mahendra

NIM : 16.05.51.0291

Program Studi : S1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMIKA & BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK)

SEMARANG

2020

HALAMAN PERSETUJUAN



**Skripsi ini telah memenuhi syarat dan telah mengikuti ujian pendadaran
skripsi dengan judul:**

**PENGARUH IKLAN DAN CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN BELANJA ONLINE**

**(Studi terhadap Mahasiswa Pengguna Aktif Aplikasi Tokopedia di Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank)**

Oleh :

RIO FATA MAHENDRA

16.05.51.0291

Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank

Semarang

Semarang, Februari 2020

Dosen Pembimbing

Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si

NIDN. 0027037101

HALAMAN PENGESAHAN



Skripsi dengan judul:

**PENGARUH IKLAN DAN CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN BELANJA ONLINE**

**(Studi terhadap Mahasiswa Pengguna Aktif Aplikasi Tokopedia di Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank)**

Ditulis Oleh :

Nama : RIO FATA MAHENDRA

NIM : 16.05.51.0291

Program Studi : Strata 1 (S1) Manajemen

Telah dipertahankan di depan 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 : Februari 2020

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji I

Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si

NIDN. 0027037101

Penguji II

Bambang Sutedjo, DRS., MM

NIDN. 0268036101

Penguji III

Sri Sudarsi, S.E., M.Si

NIDN. 0616096301

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Euis Soliha, S.E., M.Si

NIDN. 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Rio Fata Mahendra

NIM : 16.05.51.0291

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul :

PENGARUH IKLAN DAN CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BELANJA ONLINE (Studi terhadap Mahasiswa Pengguna Aktif Aplikasi Tokopedia di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank), tidak terdapat keseluruhan atau kesamaan dengan orang lain yang saya ambil dengan menyalin atau meniru dalam pemikiran dan penulisan lain, yang saya akui seolah – olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Semarang, 11 Februari 2020

Yang menyatakan,



(Rio Fata Mahendra)

HALAMAN MOTTO

“May the Force be with you.”
(*Star Wars*, 1977)

“My mama always said life was like a box of chocolates. You never know what
you're gonna get.”
(*Forrest Gump*, 1994)

“Carpe diem. Seize the day, boys. Make your lives extraordinary.”
(*Dead Poets Society*, 1989)

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Untuk kedua orang tua yang sudah mendukung secara materi dan non materiil, serta adik dan kakak saya yang sudah ikut membantu menyemangati.
2. Ratih Pribadi Ambarwati, Mohammad Dinar Ramadhan, Mohammad Hafizh, Moch Afrizal, Sukma Ratih, Ario Sartia Pamungkas, Sukron Machmud, Raditya Bayu, Lanang Alam Pratomo, Fajar Kuncoro Aji, Reza Adi, yang sudah membantu dan menghibur dikala merasa jenuh dan bosan ketika mengerjakan skripsi.
3. Achmad Syihab, sahabat sejak SMA yang telah membantu secara fisik dan mental.
4. Teman – teman BEM FEB angkatan 2019.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dua variabel bebas yaitu iklan dan *celebrity endorsement* terhadap variabel terikat yaitu minat beli terhadap aplikasi belanja online Tokopedia di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang dengan jumlah responden 100. Penelitian ini menggunakan data primer, uji validitas, uji reliabilitas, uji f, uji determinasi, uji t, dan analisis regresi linear berganda sebagai penentu data. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah kedua variabel bebas, iklan dan *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat minat beli.

Kata Kunci: Iklan, Celebrity Endorsement, Minat Beli.

ABSTRACT

This research conducted to examined 2 independent variables which is advertising and celebrity endorsement on buying interest in online shopping application Tokopedia at Economic and Business Stikubank University Semarang with total respondent of 100. This research used primary data, validity test, reliability test, f test, determination test, t test, multiple regression analysis as a data determinants. The result of this research is that both independent variables have a positive and significant influence on buying interest in online shopping application Tokopedia at Economic and Business Stikubank University Semarang.

Kerywords : Advertising, Celebrity Endorsement, Buying Interest.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : “*Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen Belanja Online*”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Manajemen program S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa pengguna aktif aplikasi Tokopedia di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank.

Penyusunan skripsi ini tidak luput dari beberapa kendala. Kendala yang dihadapi pun dapat teratasi dengan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank sekaligus dosen pembimbing yang sudah merelakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Sri Sudarsi, S.E., M.Si selaku ketua program studi manajemen Universitas Stikubank.
3. Para kerabat manajemen angkatan 2016 yang telah banyak membantu dan menyemangati dalam penyusunan skripsi ini.

Semarang, 11 Februari 2020

Penyusun

Rio Fata Mahendra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK/GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Teori.....	7
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	14
2.3 Hubungan antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	16
2.4 Kerangka Penelitian	18
BAB III METODE DAN RANCANGAN PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	19
3.2 Populasi dan Teknik Sampling	19
3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data	21
3.4 Definisi Konsep, Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	23
3.5 Uji Validitas.....	24
3.6 Uji Reliabilitas	24
3.7 Uji F	24
3.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	25
3.9 Uji Hipotesis (Uji t)	25
3.10 Metode Analisis Data.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Responden.....	27
4.2 Deskripsi Variabel	30
4.3 Uji Instrumen.....	32
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	33
4.5 Uji Model.....	34
4.6 Pembahasan	35
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN IMPLIKASI	
5.1 Kesimpulan Penelitian	37
5.2 Keterbatasan Penelitian	37

5.3 Implikasi.....	41
DAFTAR PUSTAKA.....	40
Lampiran	42

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Tabel Definisi Konsep	23
Tabel 4.1 Deskripsi Responden	27
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Iklan	30
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Celebrity Endorsement.....	31
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli.....	32
Tabel 4.5 Uji Validitas	32
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	33

DAFTAR GRAFIK/GAMBAR

Gambar 1.1 Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan E-commerce	2
Gambar 1.2 Aktifitas Pelanggan E-commerce di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019..	4
Gambar 2.4 Model Grafis.....	18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Kuesioner	46
Lampiran 2 Lampiran Output SPSS	51
Lampiran 3 Catatan Konsultasi dan Bimbingan.....	59
Lampiran 4 Lampiran Tabulasi	60