

**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK, KEPERCAYAAN, DAN KEAHLIAN
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Empiris Perusahaan E-Commerce Shopee)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

PUSPO ANISTIARI

B100150077

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2019



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
Jl. A. Yani TromolPos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: Ums@ums.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama: Kussudiyarsana, S.E., M.Si. Ph.D.

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul:

**Analisis Pengaruh daya tarik, kepercayaan, keahlian *celebrity endoser*
terhadap minat beli konsumen (studi emperis perusahaan *e-commerce*
shopeee)**

Oleh:

PUSPO ANISTIARI

B100 150 0077

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 11 Mei 2019

Pembimbing

Kussudiyarsana, S.E., M.Si Ph.D.

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, Dan Keahlian *Celebrity*
Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Emperis Perusahaan E-
Commerce Shopee)**

Yang ditulis dan disusun oleh:

PUSPO ANISTIARI

B 100 150 077

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk
diterima.

Surakarta, 11 Mei 2019

Pembimbing



(Kussudiyarsana, S.E., M.Si Ph.D.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : PUSPO ANISTIARI

NIM : B100150077

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK,
KEPERCAYAAN, KEAHLIAAN *CELEBRITY*
ENDORSER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN E-COMMERCE
SHOPEE)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 11 Mei 2019

Yang membuat pernyataan



(PUSPO ANISTIARI)

MOTTO

“Apa yang telah kamu mulai selesaikanlah sampai akhir”.

“Jadikan Allah satu-satunya tempat berpegang dan bersandar atas segala yang terjadi pada kita”.

“Gunakan akal untuk mengendalikan nafsu sehingga dapat memprioritaskan apa yang dibutuhkan bukan yang diinginkan”.

“Tugas seorang hamba ialah berikhtiar sebaik mungkin dan kemudian berdoa. Selanjutnya Allah SWT yang akan mengurus sisanya”.

“Talk Less Do More”.

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan (mengerjakan) shalat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.” (Al-Baqarah: 153)

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim,

dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis persembahkan karya

istimewa ini untuk:

- Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
- Suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW, semoga shalawat serta salam selalu tercurah kepada beliau, keluarga dan para sahabatnya.
- Ibu dan Ayah tercinta yang telah mendidik, memberikan kasih sayang, motivasi, pengorbanan serta perjuangan yang tiada henti-hentinya.
- Dosen pembimbingku, Bapak Kussudiyarsana yang telah sabar membimbing saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
- Kedua adikku tersayang yang selalu memberikan semangat serta dukungan dalam setiap langkahku.
- Keluarga besar keluargaku terimakasih atas do'a dan restunya yang diberikan kepada penulis.
- Teman sekaligus sahabatku: april, willis, hilda, tribun, alim, putri yang turut memberikan semangat, dukungan, serta bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
- Almamaterku tercinta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik, kepercayaan, dan keahlian *celebrity endorser* terhadap minat beli konsumen (studi emperis perusahaan *e-commerce shopee*) dengan responden Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Surakarta dan yang telah mengetahui dan melihat iklan situs belanja shopee terutama artis Prilly Latuconsina. Metode analisis data dalam penelitian ini dengan analisis regresi linear berganda yang sebelumnya menggunakan uji instrumen dan uji asumsi klasik. Pengujian hipotesis menggunakan uji statistik t, uji statistik f, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial menunjukkan variabel daya tarik *celebrity endorser* berpengaruh negatif signifikan terhadap minat beli konsumen. Kepercayaan dan keahlian *celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Sedangkan secara bersamaan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap dependen. Nilai adjuster R square sebesar 0,631 yang berarti bahwa kemampuan ketiga variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 63.1%.

Kata kunci: *celebrity endorser*, daya tarik, kepercayaan, keahlian, dan promosi

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of attractiveness, trust, and supporting celebrity expertise on consumer buying interest (the e-commerce shopee company) with respondents from the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University, Surakarta.

The sampling technique used in this study used a purposive sampling technique with the criteria of respondents from the Faculty of Economics and Business, University Muhammadiyah Surakarta and who had studied and seen the advertisement of shopee shopping sites that needed artist Prilly Latuconsina. The method of data analysis in this study with multiple linear regression analysis previously used the instrument test and the classic assumption test. Hypothesis testing uses t statistical test, statistical test f, and coefficient of determination.

The results of the study show partial facts showing the variable attractiveness of celebrities supporting negatively towards consumer buying interest. The trust and expertise of celebrities supports positively towards consumer buying interest. Simultaneously simplify, independent verifiers that are significant to dependents. The value of the adjuster R squared is 0.631 which means that the ability of the three variables can explain the dependent variable by 63.1%.

Keywords: celebrity endorser, attractiveness, trust, expertise, promotion

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum wr.wb.

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, Dan Keahlian *Celebrity Endoser* Terhadap Minat Beli Konsumen (studi empiris perusahaan e-commerce shopee)”. Tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rosuullah Muhammad SAW yang dengan perjuangan telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Kussudiyarsana, S.E., M.Si Ph.D.selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Drs. Ma'ruf MM selaku pembimbing akademik penulis.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan khususnya Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah rela membimbing serta membagikan ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.

7. Kedua orang tuaku Bapak Kastari dan Ibu Sutyem yang selalu memberikan kasih sayangnya, yang tiada bosan memberikan dukungan baik spiritual dan material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasihati demi kebaikan penulis.
8. Kedua adikku Priady Jatmiko dan Alwi Arta Nabil tersayang yang menjadi penyemangat penulis.
9. Keluarga besarku Mbah Putri, Pakde Sukar, Bude Minuk, Bibi, Mas Eko, Lisa, Bapak Suwarlan, Ibu Rupiah, Mas Dian, A'la, Bude Wati yang telah memberikan nasihat dan dukungan kepada penulis.
10. Teman-teman seperjuangan skripsi: April, Alim, Wilis, Tribun, Puspo, Hilda, Putri yang selalu memberikan semangat dan pencerahan dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Terimakasih mbak della, mbak bella, dan mas saiful yang sudah menjadi kakak, teman dan keluarga baru di Perumahan Khansa View dan Blulukkan.
12. Terimakasih untuk lingkaran pertemanan sarah, dessy april tc, intan dan keluarga bidang 4 levi, ambar, rifki, dan aray yang selalu menghibur.
13. Kepengurusan HEMa Manajemen tahun 2017 dan 2018 yang telah menjadi tempat berproses dan belajar.
14. Kangmas Mbakyu Dhimas Diajeng HEMa Manajemen FEB UMS dan yang telah menjadi keluarga kedua penulis dikampus.
15. Teman-teman SMA Nisa, Nanda, Nia, Ana yang memberikan dukungan dan do'a dari jauh untuk menyelesaikan penelitian ini
16. Teman-teman seperjuangan kelas B angkatan 2015 FEB UMS.
17. Terimakasih untuk Bangtan Sonyeondan yang telah menghibur dan penyemangat dikala down
18. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namu memiliki arti dalam menyelesaikan karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis dimasa depan. Aamiin.

Surakarta, Mei 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	8
1. Pemasaran	8
2. Promosi	9
3. Komunikasi Pemasaran.....	10
4. Iklan.....	11
5. Celebrity Endorser.....	12
a. Daya tarik selebriti.....	12
b. Kepercayaan selebriti.....	13

c. Keahlian selebriti.....	13
6. Tugas dan Fungsi <i>Celebrity</i> endorser.....	14
7. Minat Beli.....	15
B. Kerangka Penelitian	18
C. Penelitian Terdahulu.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
C. Definisi Operasional.....	24
D. Data dan Sumber Data.....	25
E. Metode Pengumpulan Data.....	25
F. Desain Pengambilan Sampel	26
G. Metode Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data Penelitian	34
B. Uji Instrumen	37
C. Pembahasan	47
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	51
B. Keterbatasan Penelitian	51
C. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Menurut JenisKelamin	34
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Menurut Usia.....	35
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Menurut Program Studi	35
Tabel 4.4. Hasil Tanggapan Responden.....	36
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Daya Tarik.....	38
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Kepercayaan	38
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas keahlian	39
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Minat Beli	39
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas.....	42
Tabel 4.12. Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Penelitian

Lampiran 3. Deskripsi Responden

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8. Tabel r