

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* DAN  
*CELEBRITY ENDORSEMENT* BLACKPINK TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN DI ONLINE SHOP SHOPEE**

**(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA)**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Chika Annissa Seva**

**201610325225**



**Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Bhayangkara**

**2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Efektivitas Penggunaan *Brand Ambassador* dan  
*Celebrity Endorsement* Blackpink Terhadap Minat  
Beli Konsumen di Online Shop Shopee .  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi  
Universitas Bhayangkara).

Nama Mahasiswa : Chika Annisa Seva  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325225  
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi

Jakarta, 05 Agustus 2020

MENYETUJUI

Pembimbing



Dewi Sri Woelandari P.G., S.E., M.Sc

NIDN 0303017106

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Efektivitas Penggunaan *Brand Ambassador* dan *Celebrity Endorsement* Blackpink Terhadap Minat Beli Konsumen di Online Shop Shopee.

Nama Mahasiswa : Chika Annisa Seva

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325225

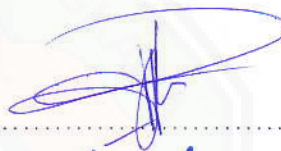
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal lulus ujian skripsi : 27 Juli 2020

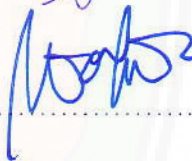
Jakarta, 05 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.  
NIDN: 0309048102



Penguji I : Dewi Sri Woelandari, P.G., S.E., M.Sc.  
NIDN: 0303017106



Penguji II : Hadita, S.Pd., M.M.  
NIDN : 0329048302



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIDN : 0325057908

Dekan  
Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih, M.S., AK., CA., CSRA., CACP.  
NIDN : 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Efektivitas Penggunaan *Brand Ambassador* Dan *Celebrity Endorsement* Blackpink Terhadap Minat Beli Konsumen Di Online Shop Shopee”

Ini adalah merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 05 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,

METERAI  
TEMPEL  
43B86AHF560977428  
6000  
ENAM RIBURUPIAH  
Chika Annissa Seva  
201610325225

## ABSTRAK

**Chika Annisa Seva 201610325225.** Efektivitas Penggunaan *Brand Ambassador* dan *Celebrity Endorsement* Blackpink Terhadap Minat Beli Konsumen di Online Shop Shopee.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan dari variabel bebas yaitu *Brand Ambassador* dan *Celebrity Endorsement* terhadap variabel terikat yaitu Minat Beli. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi angkatan 2016. Analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda, untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian dengan menggunakan aplikasi SPSS 23 *for windows*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 145 Mahasiswa Universitas Bhayangkara. Secara parsial hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah variabel bebas *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Minat Beli. Variabel bebas *Celebrity Endorsement* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Minat Beli. Secara simultan hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah variabel *Brand Ambassador* dan *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli dengan hasil yang menunjukkan  $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$ .

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, *Celebrity Endorsement*, Minat Beli.

## ABSTRACT

**Chika Annissa Seva 201610325225.** *The Effectiveness of the use of Brand Ambassadors and Celebrity Endorsement blackpink on the Purchasing Intention of prospective consumers in The Online Shop Shopee*

*This research aims to find out partially and simultaneously the independent variables namely Brand Ambassador and Celebrity Endorsement on the dependent variable, Purchasing Intention. This research was conducted at the University of Bhayangkara University Faculty of Economics class of 2016. Analysis of the data used is the classic assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove the research hypothesis using the SPSS 23 application for windows. Data collection was carried out through questionnaires distributed to 145 students of Bhayangkara University. Partially the results obtained from this study are the Brand Ambassador independent variables significantly influence the dependent variable, namely Purchasing Intention. The independent variable Celebrity Endorsement has a significant effect on the dependent variable, Purchasing Intention. Simultaneously the results obtained from this study are Brand Ambassador and Celebrity Endorsement variables on Purchasing Intention with the results showing  $f\text{-count} > f\text{-table}$ .*

*Keywords: Brand Ambassador, Celebrity Endorsement, Purchase Interest.*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan karunia dan rahmatnya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Efektivitas Penggunaan *Brand Ambassador* dan *Celebrity Endorsement* Blackpink terhadap Minat Beli Konsumen di Online Shop Shopee”. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, kelancaran, serta limpahan karunianya.
2. Seluruh keluarga tersayang, Orang Tua saya Bapak Kuswanto dan Ibu Sumarsih seluruh adik-adik ku Adeep, Heisya, dan Shaka. Atas doa dan juga dorongan semangat, serta motivasi yang diberikan oleh kalian semua. Yang akhirnya membuat saya terus termotivasi dan tidak menyerah menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Irjen Pol. (Purn) Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
4. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
5. Ibu Dewi Sri Woelandari, P.G., S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya dan dengan sabar memberikan bimbingan serta motivasi-motivasi dan saran yang sangat berguna untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
7. Ibu Rycha Kuwara Sari, S.E., M.M selaku dosen Pembimbing Akademik.
8. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
9. Dahlia Manalu sahabat yang selalu membantu dari awal pembuatan skripsi hingga akhir.
10. Yustina Gale, Sella Syah Fitri, Elisabet Desni yanti, Silvia, Lestari Marbun sahabat yang selalu memberikan canda tawa, dan selalu ada di saat suka dan duka sejak awal kuliah sampai sekarang.
11. Keluarga besar manajemen A3 dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan secara satu persatu. Yang telah memberikan bantuannya sehingga skripsi ini selesai.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, penulis berharap semoga skripsi ini dapat membantu dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Jakarta, 02 Agustus 2020

Penulis,



Chika Annisa Seva  
NIM 201610325225





# DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Peneleitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Batasan Penelitian .....	8
1.6 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Minat Beli .....	10
2.1.1.1 Pegertian Minat Beli .....	10
2.1.1.2 Dimensi Minat Beli .....	12
2.1.1.3 Indikator Minat Beli .....	13
2.1.2 <i>Brand ambassador</i> .....	13

2.1.2.1	Pegertian <i>Brand Ambassador</i> .....	13
2.1.2.2	Karakteristik <i>Brand Ambassador</i> .....	14
2.1.2.3	Dimensi <i>Brand Ambassador</i> .....	14
2.1.2.4	Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	16
2.1.3	<i>Celebrity Endorsement</i> .....	17
2.1.3.1	Pengertian <i>Celebrity Endorsement</i> .....	17
2.1.3.2	Atribut <i>Celebrity endorsement</i> .....	17
2.1.3.3	Indikator <i>Celebrity Endorsement</i> .....	18
2.2	Penelitian Terdahulu .....	19
2.3	Kerangka Berfikir .....	25
2.4	Hipotesis Penelitian.....	26
2.4.1	Hubungan antara <i>Brand ambassador</i> dengan Minat Beli.....	26
2.4.2	Hubungan antara <i>Celebrity Endorsement</i> dengan Minat Beli .....	28
2.4.3	Hubungan antara <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Celebrity Endorsement</i> Dengan minat beli .....	29

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Desain Penelitian .....	31
3.2	Tahapan Penelitian.....	31
3.2.1	Tahap Perencanaan Penelitian.....	31
3.2.2	Tahap Pelaksanaan Penelitian.....	32
3.2.3	Tahap Penulisan Laporan Penelitian .....	32
3.3	Model Konseptual Penelitian.....	32
3.4	Operasional Variabel.....	33
3.4.1	Variabel Dependen .....	33
3.4.2	Variabel Independen.....	33
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
3.6	Metode Pengambilan Sampel .....	36
3.6.1	Populasi.....	36
3.6.2	Sampel .....	36
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	37

3.8 Jenis dan Sumber Data .....	38
3.9 Metode Analisis Data.....	39
3.9.1 Uji Instrumen Penelitian .....	39
3.9.2 Uji Asumsi Klasik .....	40
3.9.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.9.4 Uji Hipotesis .....	42
3.9.5 Uji Koefisien Determinasi .....	42
3.9.5.1 Uji Koefisien Determinasi .....	42

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	44
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	45
4.2.2 Identitas Responden.....	45
4.3 Metode Analisis Data.....	48
4.3.1 Uji Validitas .....	48
4.3.2 Uji Realibilitas .....	49
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.4.1 Uji Normalitas .....	50
4.4.2 Uji Multikolinieritas .....	52
4.4.3 Uji Heteroskedasitas .....	53
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
4.6 Uji Hipotesis .....	55
4.6.1 Uji T.....	55
4.6.2 Uji F.....	56
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi .....	57
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
4.7.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli.....	59
4.7.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Minat Beli.....	59
4.7.3 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Minat Beli .....	59

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Implikasi Manajerial .....	62

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
-----------------------------	-----------

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	34
Tabel 3.2 Skala Likert .....	37
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner .....	45
Tabel 4.2 Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.3 Usia .....	46
Tabel 4.4 Uang Saku Per Bulan .....	47
Tabel 4.6 Uji Validitas .....	48
Tabel 4.7 Uji Realibilitas .....	50
Tabel 4.8 Uji Normalitas .....	51
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas .....	52
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
Tabel 4.11 Uji T .....	56
Tabel 4.12 Uji F .....	57
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi .....	58



# DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Tahun 2017.....	1
Gambar 2.1 Data Pengguna Internet Tahun 2018.....	2
Gambar 3.1 Blackpink X Shopee .....	3
Gambar 4.1 Peringkat Aplikasi <i>E-Commerce</i> Indonesia .....	5
Gambar 5.1 Peringkat aplikasi Pengguna <i>E-Commerce</i> Indonesia .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	26
Gambar 3.1 Model Konseptual.....	32
Gambar 4.1 Uji Normalitas .....	51
Gambar 4.2 Uji Heteroskedasitas .....	53