

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN *CELEBRITY*
ENDORSER PADA *ONLINE SHOP* TOKOPEDIA
TERHADAP MINAT BELI SEPATU PVN
(Studi Kasus Pada Alumni SDN Setiamekar 01 Angkatan 2011
Tambun Selatan)**

SKRIPSI

Oleh :

Dinda Aimee Lamorahan

201710325279



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan *Celebrity Endorser* Pada *Online Shop* Tokopedia Terhadap Minat Beli Sepatu PVN (studi kasus pada alumni SDN Setiamekar 01 angkatan 2011 Tambun Selatan)

Nama Mahasiswa : Dinda Aimee Lamorahan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325279

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Januari 2021

Jakarta, 11 Februari 2021

MENYETUJUI,



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

NIDN : 0303017106

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan *Celebrity Endorser* Pada *Online Shop* Tokopedia Terhadap Minat Beli Sepatu PVN (studi kasus pada alumni SDN Setiamekar 01 angkatan 2011 Tambun Selatan)

Nama Mahasiswa : Dinda Aimee Lamorahan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325279

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Januari 2021

Jakarta, 11 Februari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN. 0319067606

Penguji I : Drs. Soehardi, MBA., Ph.D
NIDN. 0311096604

Penguji II : Dewi Sri Wulandari P.G, S.E., M.Sc
NIDN. 0303017106



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



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

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Skripsi yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan *Celebrity Endorser* Pada *Online Shop* Tokopedia Terhadap Minat Beli Sepatu PVN (studi kasus pada alumni SDN Setiamekar 01 angkatan 2011 Tambun Selatan) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya 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, 29 Januari 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Dinda Aimee Lamorahan

201710325279

ABSTRAK

Dinda Aimee Lamorahan, 201710325279. Skripsi dengan judul : Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan *Celebrity Endorser* Pada *Online Shop* Tokopedia Terhadap Minat Beli Sepatu PVN (studi kasus pada alumni SDN Setiamekar 01 angkatan 2011 Tambun Selatan)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan dan *celebrity endorser* pada *online shop* Tokopedia terhadap minat beli sepatu PVN dikarenakan semakin beragamnya iklan yang disajikan dan semakin menarik juga *celebrity* yang digunakan hingga mengubah kiblat *fashion* konsumen dan salah satunya yaitu sepatu yang simple serta *trendy*. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 72 orang responden seluruh alumni SDN Setiamekar angkatan 2011 yang menggunakan aplikasi Tokopedia dan sering melihat iklan Tokopedia. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif yang meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji F dan uji t untuk membuktikan hipotesis serta uji analisis regresi linier berganda yang berfungsi untuk melihat pengaruh. Hasil analisis mendapatkan bahwa daya tarik iklan dan *celebrity endorser* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa daya tarik iklan dan *celebrity endorser* mempengaruhi minat beli konsumen. Hasil lain menggunakan uji F menunjukkan bahwa daya tarik iklan dan *celebrity endorser* secara bersama-sama mempengaruhi minat beli konsumen.

Implikasi penelitian menemukan (R^2) diperoleh sebesar 0.714 atau 71%. Jadi, dapat dinyatakan bahwa variasi Minat Beli mampu dijelaskan oleh variasi dari variabel Independen yaitu Daya Tarik Iklan dan *Celebrity Endorser* sebesar 71%, yang dimana sisanya 39% dapat dijelaskan oleh faktor atau variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Kata Kunci : Pemasaran, Daya Tarik Iklan, *Celebrity Endorser*, Minat Beli

ABSTRACT

Dinda Aimee Lamorahan, 201710325279. *Thesis with the title: The Effect of Advertising Attraction and Celebrity Endorsers on the Tokopedia Online Shop on Purchasing Interest in PVN Shoes (a case study on alumni of SDN Setiamekar 01 class 2011 Tambun Selatan)*

This study aims to determine the effect of advertising attractiveness and celebrity endorsers at the Tokopedia online shop on interest in buying PVN shoes due to the increasingly diverse advertisements presented and the more attractive the celebrities used are to change the direction of consumer fashion and one of them is trendy shoes. In this study, data was collected through a questionnaire method to 72 respondents of all 2011 SDN Setiamekar alumni who used the Tokopedia application and often saw Tokopedia advertisements. Then performed an analysis of the data obtained in the form of quantitative analysis which includes testing the validity, reliability, classical assumption test, F test and t test to prove the hypothesis and multiple linear regression analysis which serves to see the effect. The results of the analysis show that the attractiveness of advertisements and celebrity endorsers has a positive and significant effect on consumer buying interest. Hypothesis testing using the t test shows that the attractiveness of advertising and celebrity endorsers affect consumer purchase interest. Another result using the F test shows that the attractiveness of advertisements and celebrity endorsers together affect consumer purchase interest.

The implication of the study found (R^2) was 0.714 or 71%. So, it can be stated that the variation of Purchase Interest can be explained by the variation of the Independent variable, namely 71% of the Advertising Attraction and Celebrity Endorser, where the remaining 39% can be explained by other factors or variables outside the variables under study.

Keywords : *Marketing, Advertising Attraction, Celebrity Endorser, Purchase Interests*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya serta izin-Nya lah, maka Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan *Celebrity Endorser* Pada *Online Shop* Tokopedia Terhadap Minat Beli Sepatu PVN (Studi Kasus Pada Alumni SDN Setiamekar 01 Angkatan 2011 Tambun Selatan)”.

Selama menyusun skripsi ini , penulis telah banyak mendapat bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala hormat serta kerendahan hati, Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, M. S.AK, CA, CSRA, CMA, CACP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M, selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dewi Sri Wulandari P.G, S.E., M.Sc, selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus dosen Pembimbing Skripsi.
5. Bapak Widi Winarso, S.E., M.M, selaku Ketua Tim Penguji Sidang Skripsi.
6. Bapak Drs. Soehardi, MBA, Ph.D, selaku Penguji I Sidang Skripsi.
7. Kedua Orang Tua Saya yang selalu memberikan doa dan semangat yang tidak pernah putus.
8. Teman-teman seperjuangan jurusan Manajemen angkatan 2017 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
9. Sahabat yang selalu mensupport dan membantu didalam setiap situasi dan kondisi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu secara langsung, yang telah memberikan bantuan dan supportnya kepada penulis hingga terselesaikannya Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu Penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 29 Januari 2021

Penulis



Dinda Aimee Lamorahan
201710325279



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian	5
1.6 Sistematik Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.2 Daya Tarik Iklan.....	7
2.2.1 Jenis-Jenis Iklan.....	9
2.3 Celebrity Endorser.....	12
2.3.1 Karakteristik Celebrity Endorser	13
2.3.2 Peran Selebriti.....	14

2.4	Minat Beli	14
2.4.1	Aspek-Aspek Minat Beli	15
2.4.2	Tahapan Minat Beli	16
2.4.3	Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	17
2.5	Penelitian Terdahulu	17
2.6	Kerangka Pemikiran	20
2.7	Hipotesis	21
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1	Desain Penelitian	22
3.2	Tahap Penelitian	22
3.2.1	Tahap Perencanaan Penelitian	22
3.2.2	Tahap Pelaksanaan Penelitian	22
3.2.3	Tahap Penulisan Laporan Penelitian	23
3.3	Model Konseptual Penelitian	23
3.4	Operasional Variabel	24
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
3.6	Metode Pengambilan Sampel	25
3.6.1	Populasi	25
3.6.2	Sampel	25
3.7	Teknik Pengumpulan Data	26
3.8	Jenis Dan Sumber Data	27
3.9	Metode Analisis Data	28
3.9.1	Uji Instrumen Penelitian	28
3.9.2	Uji Asumsi Klasik	29
3.9.3	Uji Analisis Linier Berganda	30

3.9.4	Uji Hipotesis	31
3.9.5	Uji Koefisien Determinasi	32
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
4.1	Objek Penelitian	33
4.1.1	Visi dan Misi	34
4.2	Deskripsi Data	34
4.2.1	Penyebaran Kuisisioner	34
4.2.2	Identitas Responden.....	35
4.2.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.2.2.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	36
4.2.2.3	Karakteristik Berdasarkan Profesi.....	37
4.2.2.4	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	38
4.2.2.5	Karakteristik Berdasarkan Seberapa Sering Melihat Iklan Tokopedia Dalam Satu Minggu	39
4.2.2.6	Karakteristik Berdasarkan Intensitas Belanja Melalui Tokopedia Dalam Satu Bulan	40
4.3	Pengujian Instrumen Data	41
4.3.1	Uji Validitas.....	41
4.3.2	Uji Reliabilitas	43
4.4	Uji Asumsi Klasik	44
4.4.1	Uji Normalitas	44
4.4.1.1	Analisis Grafik	45
4.4.1.2	Uji Kolmogorov - Smirnov	46
4.4.2	Uji Multikolinearitas	47
4.4.3	Uji Heterokedasititas	48
4.5	Analisis Linier Berganda	50

4.6 Uji Hipotesis.....	51
4.6.1 Uji Secara Parsial (Uji T)	51
4.6.1.1 Hasil Uji T Variabel Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli	52
4.6.1.2 Hasil Uji T Variabel Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli	53
4.6.2 Uji F Simultan (Uji T)	53
4.7 Uji Koefisien Determinasi.....	54
4.8 Pembahasan Hipotesis	55
4.8.1 Variabel Daya Tarik Iklan (X1) Terhadap Minat Beli (Y)	55
4.8.2 Variabel Celebrity Endorser (X1) Terhadap Minat Beli (Y)	52
4.8.3 Variabel Daya Tarik Iklan (X1) Dan Celebrity Endorser (X2) Secara Bersama-sama (Simultan) Terhadap Minat Beli (Y)	56
BAB V PENUTUP	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Implikasi Manajerial.....	58
5.3 Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1	Tabel Operasional Variabel	24
Tabel 3.2	Skala Penilaian Likert	26
Tabel 4.1	Proses Penyebaran Dan Penerimaan Kuisisioner.....	35
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Profesinya	37
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Pendidikan	38
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Seberapa Sering Melihat Iklan Tokopedia Dalam Seminggu.....	39
Tabel 4.7	Responden Berdasarkan Seberapa Sering Belanja Melalui Tokopedia Dalam Sebulan.....	40
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Iklan.....	42
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser.....	42
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	43
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.12	Hasil Uji Kolmogorov - Smirnov	47
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Berganda	50
Tabel 4.15	Hasil Uji Parsial (Uji T)	52
Tabel 4.16	Hasil Uji F (Simultan)	54
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pengunjung E-Commerce.....	3
Gambar 2.1	Kerangka pemikiran	20
Gambar 3.1	Model Konseptual Penelitian	23
Gambar 4.1	Sepatu VPN	33
Gambar 4.2	Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Gambar 4.3	Diagram Responden Berdasarkan Usia	37
Gambar 4.4	Diagram Responden Berdasarkan Profesi	38
Gambar 4.5	Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan	39
Gambar 4.6	Diagram Responden Berdasarkan Intensitas Melihat Iklan Tokopedia Dalam Satu Minggu	40
Gambar 4.7	Diagram Responden Berdasarkan Intensitas Belanja Melalui Tokopedia Dalam Satu Bulan	41
Gambar 4.8	Histogram Uji Normalitas	45
Gambar 4.9	P-P Plot Normalitas	46
Gambar 4.10	Hasil Uji Heterokedastisitas	49