

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* (STUDI PADA MASYARAKAT DKI JAKARTA)

GRISELDA

1705618007



Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING AND
CELEBRITY ENDORSEMENT ON PURCHASE INTENTION
(STUDY ON DKI JAKARTA CITIZENS)***

GRISELDA

1705618007



***This thesis is prepared to fulfill the requirements to obtain a
Bachelor of Management Degree at the Faculty of Economics State University of
Jakarta***

STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

ABSTRAK

Griselda, 2022; Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Intention* (Studi pada Masyarakat DKI Jakarta). Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. & Ika Febrilia, S.E.,M.M.

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* dan *celebrity endorsement* terhadap *purchase intention* Tokopedia juga peran mediasi *brand image* terhadap pengaruh tersebut. Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode survei berupa kuesioner terhadap 240 responden. Dengan teknik *purposive sampling*, responden merupakan masyarakat DKI Jakarta yang pernah melihat salah satu akun media sosial dan iklan Tokopedia.

Analisis data dilakukan menggunakan software SPSS versi 26 dan SEM (Structural Equation Model) dengan perangkat lunak LISREL versi 8.8. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa *social media marketing* dan *celebrity endorsement* berpengaruh signifikan terhadap *brand image*. Lebih dari itu, *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* dan memiliki peran mediasi full terhadap hubungan antara *social media marketing* dan *celebrity endorsement* terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: *social media marketing, celebrity endorsement, brand image, purchase intention, e-commerce*

ABSTRACT






Griselda, 2022; The Influence of Social Media Marketing and Celebrity Endorsement on Purchase Intention (Study on Jakarta Citizens). Thesis, Jakarta: S1 Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory Team: M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. & Ika Febrilia, S.E., M.M.

This thesis aims to determine the effect of social media marketing and celebrity endorsements on Tokopedia's purchase intention and the mediating role of brand image on this relationship. The method of data collection was done through a questionnaire to 240 respondents. By using a purposive sampling technique, the respondents are residents of DKI Jakarta who have seen one of the social media accounts and have posted a Tokopedia advertisement.

Data analysis was performed using SPSS version 26 software and SEM (Structural Equation Model) with LISREL software version 8.8. The results showed that social media marketing and celebrity endorsements had a significant effect on brand image. In addition, brand image has a significant effect on purchase intention and has a full mediating role on the relationship between social media marketing and celebrity endorsement of purchase intention.

Keywords: *social media marketing, celebrity endorsement, brand image, purchase intention, e-commerce*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. NIP. 197206272006041001 (Ketua Penguji)		10 Agustus 2022
2	Dr. Osly Usman, M.Bus, M.gt, Sys NIP. 197401152008011008 (Penguji 1)		12 Agustus 2022
3	Dr. Mokh. Adib Sultan, ST, MT NIP. 198103102009121002 (Penguji 2)		12 Agustus 2022
4	M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. NIP. 197201252002121002 (Pembimbing 1)		15 Agustus 2022
5	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP. 198702092015042001 (Pembimbing 2)	 	12 Agustus 2022

Nama : Griselda
No. Registrasi : 1705618007
Program Studi : SI Manajemen
Tanggal Lulus : 5 Agustus 2022

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 19 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,



Griselda
NIM: 1705618007

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Griselda.....
NIM : 1705618007.....
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/S1 Manajemen.....
Alamat email : gseldasinurat@gmail.com.....

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh *Financial Attitude*, *Financial Knowledge*, dan *Income* terhadap *Financial Management Behavior* dengan *Locus of Control* sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Agustus 2022

Penulis,

(Griselda)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya pada pembuatan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Intention* (Studi pada Masyarakat DKI Jakarta)”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Keterbatasan serta kemampuan penulis menyebabkan penulis kerap mendapat kesulitan. Sehingga, penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Maka, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ari Saptono, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suherman, M.Si selaku Koordinator Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A., selaku Dosen Pembimbing Satu Skripsi.
4. Ika Febrilia, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing Dua Skripsi.
5. Orang tua dan keluarga saya yang selalu memberikan semangat dan doa untuk mengerjakan Skripsi ini.
6. Para dosen S1 Manajemen yang telah mengajarkan saya banyak hal dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama saya berkuliah.
7. Seluruh teman dan kerabat yang telah memberikan inspirasi dan semangat bagi praktikan dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
8. Semua pihak yang mendukung selama penulisan Skripsi ini, yang tidak dapat praktikan sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kata sempurna, baik bentuk isi maupun teknik penyajian, oleh karena itu kritik yang sifatnya membangun dari

berbagai pihak penulis terima dengan terbuka. Semoga kehadiran skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan dorongan untuk melakukan penelitian yang lebih baik dalam pembelajaran Manajemen di masa mendatang.

Jakarta, Agustus 2022

Penulis



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Kebaruan Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Teori Pendukung	15
2.1.1 <i>Purchase Intention</i>	15
2.1.2 <i>Brand Image</i>	18
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i>	21
2.1.4 <i>Celebrity Endorsement</i>	25
2.1.5 Penelitian Terdahulu yang Relevan	29
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	42
2.2.1 Kerangka Teori	42
2.2.2 Pengembangan Hipotesis	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	50
3.1.1 Waktu Penelitian	50
3.1.2 Tempat Penelitian	50
3.2 Desain Penelitian	50
3.3 Populasi dan Sampel	51
3.3.1 Populasi	51
3.3.2 Sampel	51

3.4	Pengembangan Instrumen	53
3.4.1	Variabel Penelitian	53
3.4.2	Operasionalisasi Variabel	54
3.4.3	Skala Pengukuran	57
3.5	Teknik Pengumpulan Data	58
3.6	Teknik Analisis Data	59
3.7	Uji Hipotesis	62
3.8	Model SEM	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		64
4.1	Deskripsi Data	64
4.2	Teknik Analisis Data	69
4.2.1	Analisis Deskriptif	69
4.2.2	Uji Validitas	74
4.2.2.1	Uji CFA	75
4.2.3	Uji Reliabilitas	80
4.2.4	Uji Kelayakan Model	80
4.2.5	Uji Hipotesis	82
4.2.5.1	Uji Mediasi	83
4.3	Pembahasan Hipotesis	84
BAB V PENUTUP		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Implikasi	89
5.2.1	Implikasi Teoritis	89
5.2.2	Implikasi Praktis	89
5.3	Keterbatasan Penelitian	91
5.4	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	91
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN		98