

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, IKLAN MEDIA TELEVISI, DAN
SLOGAN TERHADAP KESADARAN MEREK DAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SITUS SHOPEE.CO.ID**

***THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER, TELEVISION MEDIA
ADVERTISING, AND SLOGAN ON BRAND AWARENESS AND SITE
PURCHASE DECISION SHOPEE.CO.ID***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

PRAYOGA PANGESTU

20160410207

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

2020

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Prayoga Pangestu

Nomor Mahasiswa : 20160410207

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Kampus : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, IKLAN MEDIA TELEVISI, DAN SLOGAN TERHADAP KESADARAN MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SITUS SHOPEE.CO.ID”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 19 November 2020



Prayoga Pangestu

MOTTO

“Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman”

(QS Al Imran : 139)

“ Dan janganlah engkau berjalan di bumi dengan berlagak sombong, karena sesungguhnya engkau tidak akan dapat menembus bumi dan engkau tidak akan dapat menyamai setinggi gunung-gunung”

(QS Al Israa' : 37)

“Better than yesterday, worse than tomorrow”

-Unknown-

“Jangan pernah lupa darimana kamu berasal”

-Penulis-

“Hidup ini sebenarnya simpel, cukup jalani, syukuri dan nikmati”

-Penulis-

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan anugerah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan kerendhan hati, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Untuk orang tua tercinta dari penulis, yaitu Ayah saya Joko Widarko dan almarhum Ibu saya Rusminingsih. Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebanyak-banyaknya atas doa, semangat, dukungan dan didikannya selama ini, sehingga penulis dapat mencapai apa yang di inginkan dan di cita-citakan.
2. Kepada seluruh keluarga besar penulis yang terus memberikan *support* dan semangat agar supaya penulis dapat menggapai apa yang di inginkan dan di cita-citakan.
3. Para sahabat seperjuangan yang rela penulis repotkan selama penyusunan skripsi ini, terutama untuk *reborn 2.0 squad* dan seluruh anggota kontrakan barokah *land*.
4. Kepada teman-teman dari FEB UMY 2016, tak terasa kebersamaan selama 4 tahun ini, yang sudah bersedia menjadi tempat pulang dan memberikan suntikan semangat lagi untuk penulis.
5. Kepada semua pihak yang secara langsung atau tidak langsung sudah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan memberikan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan Ridho dan Rahmat-Nya serta memberikan kemudahan, kesempatan, kesempatan, kesehatan, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Celebrity Endorser*, Iklan Media Televisi, dan Slogan terhadap Kesadaran Merek dan Keputusan Pembelian situs Shopee.co.id”**.

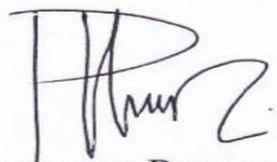
Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan untuk para mahasiswa Manajemen.

3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani SE., MM selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan bekal ilmu selama masa perkuliahan yang Insya Allah akan bermanfaat hingga nanti.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 19 November 2020



Prayoga Pangestu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
1. <i>Celebrity Endorser</i>	10
2. Iklan Media Televisi	12
3. Slogan.....	14
4. Kesadaran Merek	17
5. Keputusan Pembelian.....	19
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
C. Pengembangan Hipotesis	24
D. Model Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	30

B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	30
C. Jenis Data	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	32
E. Variabel Penelitian.....	33
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
a. Variabel Eksogen	34
b. Variabel Endogen.....	35
G. Uji Kualitas Instrumen	36
a. Uji Validitas	36
b. Uji Reliabilitas.....	36
H. Metode Analisis Data	37
a. Analisis Deskriptif.....	37
b. Pengujian Hipotesis.....	37
I. Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian.....	43
1. Gambaran Objek Penelitian.....	43
2. Subjek Penelitian.....	45
3. Deskripsi Responden.....	45
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas.....	50
C. Statistik Deskriptif	51
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	55
E. Pembahasan.....	65
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	70
A. Simpulan	70
B. Keterbatasan Penelitian.....	71
C. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengunjung situs belanja online Indonesia 2019	2
Gambar 2. 1 Piramida Brand Awareness.....	18
Gambar 2. 2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 2. 3 Model Penelitian	29
Gambar 4. 1 Diagram Alur	56
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural	56
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalonobis Distance.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3. 1 Skala Likert	33
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Eksogen	34
Tabel 3. 3 Indikator Variabel Endogen	35
Tabel 3. 4 Indeks Pengujian Kelayakan Model SEM	41
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	48
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Celebrity Endorser	52
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Iklan Media Televisi	52
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Slogan.....	53
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Kesadaran Merek	54
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Outliers	59
Tabel 4. 15 Notes For Model and Computation of degrees of freedom	60
Tabel 4. 16 Menilai Goodness of fit	61
Tabel 4. 17 Hubungan Antar Variabel.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden	83
Lampiran 3. Karakteristik Responden	86
Lampiran 4. Uji Validitas.....	88
Lampiran 5. Uji Reliabilitas.....	89
Lampiran 6. Uji Deskriptif.....	92
Lampiran 7. Model Penelitian Struktural	93
Lampiran 8. Uji Normalitas.....	94
Lampiran 9. Uji Outlier	95
Lampiran 10. Degree of Freedom.....	98
Lampiran 11. Goodnes of Fit	99
Lampiran 12. Uji Hipotesis	100