

**PENGARUH PERSEPSI IKLAN DAN *CELEBRITY ENDORSER*  
TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI SHOPEE**

***THE INFLUENCE OF ADVERTISING PERCEPTIONS AND  
CELEBRITY ENDORSERS ON BRAND IMAGE AND  
PURCHASING DECISIONS AT SHOPEE***



Oleh

**BRYAN DWIPUTRA ARJUNA**

**20200410102**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2024**

**PENGARUH PERSEPSI IKLAN DAN *CELEBRITY ENDORSER*  
TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI SHOPEE**

***THE INFLUENCE OF ADVERTISING PERCEPTIONS AND  
CELEBRITY ENDORSERS ON BRAND IMAGE AND  
PURCHASING DECISIONS AT SHOPEE***

**SKRIPSI**

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



Oleh

**BRYAN DWIPUTRA ARJUNA**

**20200410102**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Bryan Dwiputra Arjuna

Nomor Induk Mahasiswa : 20200410102

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH PERSEPSI IKLAN DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE.”** 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 pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali 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, 03 Januari 2024



METERAI  
TEMPEL  
5000  
J28AKX775687463

Bryan Dwiputra Arjuna

## MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ

“Barang siapa yang mengerjakan Kebaikan sekecil apa pun, niscaya dia akan melihat (balasannya)”

(Q.S. Al-Zalzalah: 7)

وَاعْلَمُوا أَنَّ النَّصْرَ مَعَ الصَّابِرِينَ، وَأَنَّ الْفُرْجَ مَعَ الْكَرْبِ، وَأَنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Ketahuilah bahwasanya kemenangan itu bersama kesabaran, dan jalan keluar itu bersama kesulitan, dan bahwasanya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Hr. Tirmidzi)

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kepada Allah SWT. yang telah memberikan limpahan kenikmatan baik itu nikmat kesehatan, kelancaran dan kekuatan bagi penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Penyelesaian ini juga berkat dukungan dan doa dari orang-orang terdekat. Oleh karena itu, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungan baik secara moril dan materiil.
2. Kakak dan adik saya tersayang yang selalu memberikan doanya dan dukungan.
3. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
4. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT. yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Iklan dan *Celebrity Endorser* terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian di Shopee”. Skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Retno Widowati PA., S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberikan nasihat, dan dukungan dalam proses penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Seluruh responden yang telah berkenan mengisi kuesioner penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan guna melengkapi dan memperbaiki semua kekurangan serta keterbatasan penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan dapat membantu

pengembangan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan manfaat kepada penulis dan pembacanya.

Yogyakarta, 03 Januari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bryan Dwiputra Arjuna', written in a cursive style.

Bryan Dwiputra Arjuna

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah .....</b>	<b>5</b>
<b>C. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>D. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
<b>A. Landasan Teori.....</b>	<b>9</b>
<b>B. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>19</b>
<b>C. Pengembangan Hipotesis .....</b>	<b>24</b>
<b>D. Model Penelitian .....</b>	<b>31</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
<b>A. Objek dan Subjek Penelitian.....</b>	<b>33</b>



B.	Jenis Data .....	33
C.	Teknik Pengambilan Sampel.....	33
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	35
E.	Definisi Operasional Variabel .....	35
F.	Uji Kualitas Instrumen .....	38
G.	Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>45</b>
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	45
B.	Uji Kualitas Instrumen .....	49
C.	Statistik Deskriptif .....	51
D.	Hasil Penelitian .....	54
E.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
<b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....</b>		<b>77</b>
A.	Simpulan.....	77
B.	Keterbatasan Penelitian.....	78
C.	Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>83</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengunjung <i>Marketplace</i> di Indonesia .....	3
Gambar 2. 1 Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	10
Gambar 2. 2 Model Penelitian .....	32
Gambar 3. 1 Potongan Iklan Shopee.....	35
Gambar 4. 1 Diagram Jalur .....	55
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural .....	55
Gambar 4. 3 Nilai Batas <i>Mahalanobis Distance</i> .....	58

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>19</b>
<b>Tabel 3. 1 Indikator Variabel Penelitian .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 3. 2 Skala Likert .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 3. 3 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4. 2 Usia Responden .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4. 4 Pendapatan Responden.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 7 Interpretasi Kelas Interval .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Persepsi Iklan .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorser</i>.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Citra Merek .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4. 13 Hasil Pengujian <i>Outlier</i> .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4. 14 Identifikasi Model Struktural .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4. 15 Menilai <i>Goodness of Fit</i>.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Hipotesis secara langsung.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis secara Tidak Langsung.....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....</b>	<b>83</b>
<b>Lampiran 2: Jawaban Responden .....</b>	<b>88</b>
<b>Lampiran 3: Klasifikasi Responden .....</b>	<b>97</b>
<b>Lampiran 4: Uji Validitas .....</b>	<b>99</b>
<b>Lampiran 5: Uji Reliabilitas .....</b>	<b>100</b>
<b>Lampiran 6: Statistik Deskriptif .....</b>	<b>103</b>
<b>Lampiran 7: Model Penelitian .....</b>	<b>105</b>
<b>Lampiran 8: Uji Normalitas.....</b>	<b>106</b>
<b>Lampiran 9: Uji Outlier .....</b>	<b>107</b>
<b>Lampiran 10: Degree of Freedom .....</b>	<b>110</b>
<b>Lampiran 11: Godness of Fit .....</b>	<b>110</b>
<b>Lampiran 12: Uji Hipotesis .....</b>	<b>112</b>
<b>Lampiran 13: Uji Mediasi .....</b>	<b>114</b>
<b>Lampiran 14: Turnitin .....</b>	<b>117</b>