

**PENGARUH PAID PROMOTE CELEBRITY ENDORSE PADA
SOCIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN**

***THE INFLUENCE OF PAID PROMOTE CELEBRITY ENDORSE
ON SOCIAL MEDIA INSTAGRAM OF THE
CONSUMER BUYING INTEREST***

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

YAYA WULAN NUR ANIN

20170410176

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

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Yaya Wulan Nur Anin

Nomor Mahasiswa : 20170410176

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**PENGARUH PAID PROMOTE CELEBRITY ENDORSE PADA SOCIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**" 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 penulisan skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 09 April 2021

METERAI
TEMPEL
Rp 48000 00572491
6000
RUPIAH
Yaya Wulan Nur Anin

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatNya, hidayah, anugerah dan semuanya yang telah diberikan kepada penulis beserta keluarga dan saudara lainnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Dengan kerendahan hati, maka skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan kepada dua orang yang paling berharga dalam hidup saya yaitu Papa dan Mama. Tanpa inspirasi, dorongan, dan dukungan yang telah kalian berikan kepada saya, saya mungkin bukan apa-apa saat ini. Karena kalian berdua, hidup terasa mudah dan penuh kebahagiaan. Penulis ingin mengungkapkan rasa terimakasih karena selalu menjaga saya dalam doa-doa papa dan mama serta selalu membiarkan saya mengejar impian saya apapun itu dan terima kasih yang sebanyak-banyaknya atas doa, dukungan dan motivasi kalianlah semua ini dapat tercapai.
2. Teruntuk adikku tersayang Yafi Martaufa Althafah. Terima kasih telah menjadi penyemangat dan sumber inspirasi disaat Kakak kelelahan menyelesaikan skripsi ini. Besar harapan, kakak dapat menjadi contoh yang baik bagi adik sehingga mampu menjadi sosok yang jauh lebih hebat dari Kakak.
3. Terima kasih kepada seluruh keluarga besar saya, terkhusus Kakek dan Nenek dari pihak Papa serta Nenek dari pihak Mama. Terima kasih telah mendoakan saya dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Sepupu saya Latifah Laili Fitri atnik yang telah bersedia menemani saya

untuk menyelesaikan skripsi dan mau direpotkan dengan keluh kesah saya disaat skripsi. Dan terima kasih kepada sepupu-sepupu saya yang lainnya yang mana telah memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Niken, Tari, Niki, Gegi, dan Zolla sahabat saya yang selalu memberikan saya dukungan jarak jauh dalam bentuk hal kebaikan apapun dan memberikan motivasi disaat saya lelah dan selalu membuat saya semangat ketika saya terpuruk.
6. Hanum Wulan Susilawati sahabat saya dari awal semester hingga saat ini dan sahabat baru saya Mega Ayu Kusumawardani terima kasih telah member kandukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman kelas Manajemen D dan Manajemen angkatan 2017 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas kebersamaannya, tetap semangat dan berjuang untuk meraih masadepan.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan Ridho dan Rahmat-Nya serta memberikan kemudahan, kesempatan, kesehatan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Paid Promote Celebrity Endorse* pada Social Media Instagram terhadap Minat Beli Konsumen”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan referensi dan kontribusi dan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan dan memberikan ide pengembangan bagi penelitiselanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknyakepada:

1. Bapak Rizal Yaya SE., 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 Dra. Hasnah Rimiati, M.Si. 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 hinggakananti.
5. Semua pihak yang telah memberi 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, 09 April 2021



Yaya Wulan Nur Anin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	II
HALAMAN PERSETUJUAN	III
HALAMAN PENGESAHAN.....	IV
PERNYATAAN.....	V
MOTTO	VI
PERSEMBAHAN.....	VII
INTISARI	IX
ABSTRACT	X
KATA PENGANTAR.....	XI
DAFTAR ISI.....	XIII
DAFTAR TABEL	XV
DAFTAR GAMBAR.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
B. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN	9
C. TUJUAN PENELITIAN	10
D. MANFAAT PENELITIAN.....	11
1. Manfaat teoritis.....	11
2. Manfaat praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. LANDASAN TEORI	12
B. HASIL PENELITIAN TERDAHULU	19
C. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	26
D. MODEL PENELITIAN	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN	32
B. JENIS DATA	32
C. TEKNIK PENGAMBILAN DATA	33
D. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL	34
E. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN	35
1. Variabel Terikat (Dependen).....	35
2. Variabel Bebas (Independen)	36

F. UJI KUALITAS INSTRUMEN.....	38
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reliabilitas.....	38
G. ANALISIS DATA DAN UJI HIPOTESIS.....	39
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
2. Uji Hipotesis.....	39
a. Uji F.....	39
b. Uji t.....	40
c. Koefisien Determinan (R^2)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAAN.....	42
A. GAMBARAN UMUM OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN.....	42
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
2. Hasil Pengumpulan Data	42
3. Deskripsi Responden	43
B. UJI KUALITAS INSTRUMEN.....	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas.....	47
C. HASIL ANALISIS DAN UJI HIPOTESIS	48
1. Uji Regresi Berganda	48
a. Uji F.....	50
b. Uji t.....	51
c. Koefisien Determinan (R^2)	52
D. PEMBAHASAN	54
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, SARAN	58
A. SIMPULAN	58
B. KETERBATASAN PENELITIAN	59
C. SARAN.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	65
LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN	66
LAMPIRAN 2. TABULASI DATA RESPONDEN	71
LAMPIRAN 3. KARAKTERISTIK RESPONDEN	74
LAMPIRAN 4. UJI VALIDITAS	76
LAMPIRAN 5. UJI RELIABILITAS	79
LAMPIRAN 6. UJI HIPOTESIS	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Keterangan Nilai Skala.....	33
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 4.1 Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.3 Berdasarkan <i>Followers</i>	44
Tabel 4.4 Berdasarkan Pengguna Instagram.....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.6 Tabel Nilai Reliabel.....	48
Tabel 4.7 Uji Regresi Linear Berganda.....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji F (Simultan).....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Tren Internet dan Media Sosial Tahun 2020 di Dunia menurut Hootsuite	2
Gambar 1.2 Platforms Media Sosial yang Paling Aktif	3
Gambar 1.3 Jumlah Followers Rachel Venny dan Bukti Kepuasan Testimoni dari Hasil Paid Promote Endorse	6
Gambar 1.4 Mendapatkan Penghargaan MURI Atas Keberhasilan Menghimpun Dana Kemanusiaan Covid-19 Dengan Jumlah Terbanyak	7
Gambar 2.1 Model Penelitian Rahima (2018)	30