

***BRAND IMAGE SEBAGAI PEMEDIASI PENGARUH CELEBRITY
ENDORSEMENT TERHADAP REPURCHASE INTENTION***

***BRAND IMAGE AS A MEDIATEER OF THE INFLUENCE OF
CELEBRITY ENDORSEMENT ON REPURCHASE INTENTION***



Diajukan oleh

DEVI RINA LESTARI

20190410212

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN

Dengan ini, saya :

Nama : Devi Rina Lestari

Nomor Mahasiswa : 20190410212

Menyatakan bahwa bahwa skripsi dengan judul: "*Brand Image* sebagai pemediasi pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap *Repurchase Intention*" 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, 15 Mei 2023



Devi Rina Lestari

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan kemudahan-Nya yang senantiasa mengiringi saya dalam proses menempuh pendidikan di perguruan tinggi ini hingga titik akhir penyusunan skripsi. Persembahan dan rasa terimakasih saya ucapkan kepada :

1. Terimakasih kepada Allah SWT yang mengizinkan saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini, dengan bantuan-Nya saya akhirnya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Teruntuk mama saya yang telah memberikan dukungan serta motivasi dan selalu mengingatkan kepada saya untuk tidak pernah berhenti berdoa, berusaha, serta bersyukur. Serta keluarga saya yang selalu mendukung saya sampe sejauh ini.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang tak pernah berhenti memberikan bimbingan, masukan dan menyalurkan ilmunya kepada saya.
4. Alyaa, Shella, Mba Larissa, selaku sahabat saya dan juga partner main saya, terimakasih sudah membantu saya dalam berbagai hal, terimakasih sudah mau membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini sampai akhir, terimakasih telah *support* saya, sampai ketemu dilain waktu.
5. Dian,Rosa,Tia,Syafit,Sami teman saya yang selalu siap untuk saya mintai tolong walaupun beda kota, terimakasih sudah membantu, tunggu aku balik Bangka ya, *see you guys*.
6. Bima selaku *partner* dari segala *partner* terimakasih untuk tetep *stay* sampe saat ini, sampe saya bisa menyelesaikan skripsi ini dan terimakasih sudah *support* saya.
7. Untuk nama-nama yang tidak saya sebutkan saya ucapkan terimakasih.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “*Brand Image Sebagai Pemediasi Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Repurchase Intention*” dengan lancar dan baik.

Penyusunan skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu dari persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi ini ditulis dan disusun dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan minat pembelian pengguna dan juga memberikan ide untuk pengembangan penelitian yang akan datang.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dorongan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan arahan, bimbingan serta dukungan kepada para mahasiswa Manajemen.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM. selaku dosen pembimbing skripsi, dengan penuh kesabaran dan banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan selama proses penulisan skripsi ini.

Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan arahan, bimbingan serta dukungan kepada para mahasiswa Manajemen.

3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM. selaku dosen pembimbing skripsi, dengan penuh kesabaran dan banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan selama proses penulisan skripsi ini.
4. Segenap dosen pengajar dalam Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang sudah menularkan dan mengajarkan ilmu yang sangat banyak.
5. Berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan juga semangat kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulisan skripsi ini ditulis dengan sebaik-baiknya, akan tetapi tentu masih terdapat kekurangan di dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari seluruh pihak sangat diharapkan, dan harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah wawasan.

Yogyakarta, 2023



Penulis

DAFTAR ISI

PENGARUH <i>CELEBRITY</i>	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	8
DAFTAR GAMBAR.....	9
DAFTAR LAMPIRAN.....	10
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
C. Penurunan Hipotesis	31
D. Model Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan Penelitian	37
B. Objek dan Subjek Penelitian.....	37
C. Metode Penyempelan dan Sampel Penelitian	37
D. Jenis Data dan Pengumpulan Data.....	38
E. Identifikasi Variabel.....	40
F. Definisi Operasional Variabel.....	40
G. Uji Kualitas Instrumen.....	42

H. Analisis Data dan Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	48
B. Statistik Deskriptif	51
C. Uji Kualitas Instrumen	53
D. Analisis Data	56
E. Hasil Pengujian Hipotesis	68
F. Pembahasan Hasil Peneltian	72
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	77
A. Simpulan	77
B. Keterbatasan Penelitian.....	77
C. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand The Hijau Dalam Kemasan Siap Minum.....	3
Tabel 1. 2 Brand Teh Siap Minum di Indonesia	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Skala Likert	39
Tabel 3. 2 Sumber Indikator.....	41
Tabel 4. 1 Profil Responden	50
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	51
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	52
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	53
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Outliers	62
Tabel 4. 9 <i>Computation of degree of freedom (Default Model)</i>	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Goodness Of Fit	66
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Pengaruh Hubungan Langsung Setiap Variabel	69
Tabel 4. 12 Hasil Output Standardized Direct Effects.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Resmi Nu Tea yang menggunakan Celebrity Endorsement NCT.	4
Gambar 1. 2 Akun Instagram Celebrity Endorsement (NCT)	6
Gambar 2. 1 Model Penelitian	36
Gambar 4. 1 Diagram Jalur.....	58
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	58
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalonobis Distance.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	83
Lampiran 2 Karakter Responden.....	88
Lampiran 3 Statistik Deskriptif.....	89
Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	91
Lampiran 5 Output Model SEM	92
Lampiran 6 Uji Normalitas	93
Lampiran 7 Uji Mahalanobis Outlier	94
Lampiran 8 Identifikasi Model Srtuktural	97
Lampiran 9 Uji Pengaruh Hubungan Langsung.....	98
Lampiran 10 Uji Standardized Direct Effects Dan Indirect Effects.....	99
Lampiran 11 Hasil Tabulasi Data	100
Lampiran 12 Hasil Turnitin	124