

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP MINAT BELI
DENGAN CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi pada *Skintific* di Daerah Istimewa Yogyakarta)

*THE IMPACT OF CELEBRITY ENDORSEMENT ON PURCHASE INTENTION
WITH BRAND IMAGE AND BRAND TRUST
AS INTERVENING VARIABLE*

(Study of Skintific in Yogyakarta Special Region)

SKRIPSI

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



Diusulkan Oleh:

DINDA PRABARANI

NIM 20200410024

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

2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dinda Prabarani

Nomor Mahasiswa : 20200410024

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **"PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP MINAT BELI DENGAN CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Study pada *Skintific* di Daerah Istimewa Yogyakarta)"** 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 tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta, 20 Desember 2023
10000
METERAI
TEMPEL
DFBAK773672412
DINDA PRABARANI



PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga memberi kesabaran, kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Perjuangan yang telah dilalui tidak lepas dari doa yang selalu dipanjatkan kepada Allah SWT serta dukungan dari keluarga maupun orang terkasih selama proses pengerjaan maupun sampai penyelesaian skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua alm orangtua yang sangat penulis sayangi dan rindukan, Alm Bardo Djumeno dan Alm Endang Sri Indarti yang di masa hidupnya selalu mendoakan, membimbing, memotivasi, dan memfasilitasi semuanya yang terbaik untuk penulis.
2. Kedua kakak penulis, Dimas Damarjati Dresnanto dan Dwi Oryzasativa yang menjadi pengganti peran orangtua dan selalu mengusahakan dalam memenuhi kebutuhan selama ini.
3. Nenek, Pakde, Bude, Om, Bulek yang membuat penulis termotivasi untuk menyelesaikan kuliah dengan tepat waktu.
4. Mas Luthfi, Mas Rizky, Mbak Rinda, Mbak Ovi, Dik Dani dan Dik Bahktiar yang selalu mendengarkan keluh kesah dalam segala hal dan selalu menyemangati untuk berusaha yang terbaik agar tercapai apa yang diinginkan dan jangan pantang menyerah.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat-Nya dalam penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Minat Beli pada *Skintific*”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi dan memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi ini membutuhkan usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaannya. Tanpa adanya orang-orang tercinta di sekeliling penulis yang mendukung dan membantu, skripsi ini tidak akan selesai. Terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang senantiasa memberikan bimbingan kepada seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, S.E., M.Si. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang senantiasa memberikan bimbingan kepada seluruh mahasiswa manajemen.
3. Ibu Retno Widowati PA., M.Si. Ph.D. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Alm Bapak dan alm Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberi dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi ini.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah SWT. Sebagai kata akhir, 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, 20 Desember 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and vertical strokes, positioned to the right of the date.

Dinda Prabarani

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
1. <i>Celebrity Endorsement</i>	12
a. Definisi <i>Celebrity Endorsement</i>	12
b. Indikator <i>Celebrity Endorsement</i>	12
2. Citra Merek	
a. Definisi Citra Merek	15
b. Indikator Citra Merek	16
3. Kepercayaan Merek	

a.	Definisi Kepercayaan Merek	17
b.	Indikator Kepercayaan Merek	18
4.	Minat Beli	
a.	Definisi Minat Beli	19
b.	Indikator Minat Beli	20
B.	Penelitian Terdahulu	21
C.	Pengembangan Hipotesis	33
D.	Model Penelitian	38
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
A.	Objek dan Subjek Penelitian	41
1.	Objek	41
2.	Subjek	41
B.	Jenis Data	41
C.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	42
D.	Teknik Pengumpulan Data	43
E.	Definisi Operasional	45
1.	Variabel Penelitian	45
a.	Variabel Eksogen	45
b.	Variabel Endogen	45
c.	Variabel Mediasi	45
2.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	46
F.	Uji Kualitas Instrumen	48
1.	Uji Validitas	48
2.	Uji Reliabilitas	49
G.	Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	49
1.	Analisis Deskriptif	49
2.	Pengujian Hipotesis	49
3.	Teknik Analisis Data	50
a.	Pengembangan Model Secara Teoritis	50
b.	Menggambar Diagram Jalur	50
c.	Mengubah Diagram Jalur ke dalam Persamaan Struktural dan Model Pengukuran	51
d.	Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan	51
e.	Menilai Identifikasi Model Struktural	53
f.	Menilai Kriteria Goodness-of-Fit	54
g.	Intrepretasi dan Modifikasi Model	57
4.	Uji Hipotesis	57

BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambar Umum Objek / Subjek Penelitian	59
1. Gambar Umum Objek Penelitian	59
2. Gambar Umum Subjek Penelitian	61
3. Kriteria Responden	61
a. Usia Responden	61
b. Jenis Kelamin Responden	62
c. Jenis Pekerjaan Responden	62
d. Pendidikan Terakhir Responden	63
e. Domisili (Kabupaten) Responden	64
f. Pendapatan Perbulan / Uang Saku Responden	65
B. Uji Kualitas Instrumen	65
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reliabilitas	67
C. Hasil Penelitian	68
1. Statistik Deskriptif	69
2. Analisis Data <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	72
a. Pengembangan Model Berdasar Teori	72
b. Menyusun Diagram Jalur (<i>parth diagram</i>).....	73
c. Mengubah Diagram Jalur Menjadi Persamaan Struktural	74
d. Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan	74
e. Menilai Identitas Model	75
f. Evaluasi Model Struktural	75
g. Menilai Kelayakan Model	80
h. Interpretasi Estimasi Model	81
i. Uji Hipotesis	81
D. Pembahasan	88
1. <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Citra Merek	89
2. <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Kepercayaan Merek	90
3. <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Minat Beli	91
4. Citra Merek Terhadap Kepercayaan Merek	92
5. Citra Merek Terhadap Minat Beli	93
6. Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli	94
7. Citra Merek Memediasi <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Minat Beli	95
8. Kepercayaan Merek Memediasi <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Minat Beli	96
BAB V	97

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	97
A. Simpulan	97
B. Keterbatasan Penelitian	98
C. Saran	99
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nominasi dan Penghargaan Febby Rastanty	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert	44
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	46
Tabel 3. 3 Uji <i>Goodness Of Fit</i>	56
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis-Jenis Pekerjaan	63
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kabupaten	64
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan / Uang Saku Responden	65
Tabel 4. 7 Uji Validitas	66
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas	67
Tabel 4. 9 Kategori Penilaian	69
Tabel 4. 10 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	70
Tabel 4. 11 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	70
Tabel 4. 12 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek	71
Tabel 4. 13 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli	72
Tabel 4. 14 <i>Computation of degrees of freedom (Default model)</i>	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Data	76
Tabel 4. 16 Nilai Batas <i>Mahalanobis Distance</i>	78
Tabel 4. 17 Hasil Uji Outliers Pertama	79
Tabel 4. 18 Hasil Uji Outliers Kedua	79
Tabel 4. 19 <i>Goodnes of Fit</i>	80

Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	82
Tabel 4. 21 Hasil <i>Output Standardized Direct Effects</i>	86
Tabel 4. 22 Hasil <i>Output Standardized Indirect</i>	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data persentase pembelian melalui media sosial di Indonesia periode bulan Juli – Agustus tahun 2022	1
Gambar 1. 2 Data total penjualan <i>brand skincare</i> terlaris melalui media sosial periode bulan April – Juni tahun 2022	2
Gambar 1. 3 Data persentase kategori pada akun Instagram di Indonesia Tahun 2023	4
Gambar 1. 4 Data jumlah <i>store Skintific</i> di Provinsi Pulau Jawa tahun 2023	6
Gambar 2. 1 Model Penelitian	38
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	74
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural	74
Gambar 4. 3 Output Model Diagram Awal	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	105
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden	113
Lampiran 3. Data Identitas Responden	114
Lampiran 4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	118
Lampiran 5. Statistik Deskriptif	119
Lampiran 6. Model Penelitian Struktural	123
Lampiran 6. Uji Normalitas	121
Lampiran 7. Identifikasi Outliers	133
Lampiran 8. <i>Degrees of Freedom</i>	133
Lampiran 9. <i>Goodnes of Fit</i>	133
Lampiran 10. Uji Hipotesis	135
Lampiran 11. <i>Direct</i> dan <i>Inderect</i>	136
Lampiran 12. Turnitine	137