

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* BTS TERHADAP NIAT BELI**

**PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Drajat Sarjana Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Dosen Pengampu : Prof. Dr. Sheellyana Junaedi MF., SE., M.Si.



**Disusun Oleh:**

**Ni Putu Ericka Rayna Dewi (170323381)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2021**

**Skripsi**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* BTS TERHADAP NIAT BELI  
PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**



**Disusun oleh:**

**Ni Putu Ericka Rayna Dewi**

**170323381**

**Telah dibaca dan disetujui oleh**

**Pembimbing**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Sheellyana", is positioned above the name of the supervisor.

**Prof. Dr. Sheellyana Junaedi MF., SE., M.Si.**

**Yogyakarta, 10 September 2021**



**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
**Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**SURAT KETERANGAN**

**No. 1151/J/I**

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 15 Oktober 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. (Ketua Penguji)
2. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. (Anggota)
3. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Ni Putu Ericka Rayna Dewi

NPM : 170323381

Dinyatakan

**Lulus Dengan Revisi**

Pada saat ini skripsi Ni Putu Ericka Rayna Dewi telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,


**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**  
FISNIS DAN EKONOMIKA

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* BTS TERHADAP NIAT BELI**

#### **PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 September 2021

Yang Menyatakan



Ni Putu Ericka Rayna Dewi

## KATA PENGHANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penelitian ini diberi judul “Pengaruh *Celebrity Endorsement* BTS Terhadap Niat Beli pada *E-commerce* Tokopedia” dilakukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S1) Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saya mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah mendukung melalui doa, semangat, masukan, ide serta waktu yang diberikan kepada saya. Maka pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

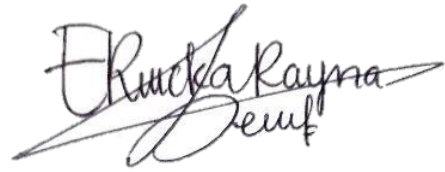
1. Tuhan Yang Maha Kuasa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa yang selalu mendampingi dan memberkati saya dalam segala kondisi sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sheellyana Junaedi MF., SE., M.Si. sebagai dosen pembimbing skripsi yang senantiasa menyediakan waktu, nasihat, pikiran, ide dan masukan yang sangat baik dalam penyusunan skripsi ini.
3. Kepada orangtua serta adik tercinta dan terkasih atas setiap doa, motivasi, nasihat, serta cinta kasih yang tiada hentinya yang diberikan kepada penulis setiap harinya.
4. Seluruh dosen, karyawan serta *staff* yang telah memberikan ilmu, tenaga, dan dukungan selama menempuh pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Seluruh responden yang telah bersedia memberikan waktunya untuk mengisi kuesioner penulis guna menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Asdffjkl Squad (Hendi, Nadia, Diana) yang selalu memberikan dukungan dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam menyusun skripsi ini.
7. Intan Alita sebagai sahabat seperjuangan saya dari semester awal hingga akhir yang telah memberikan dukungan, bantuan, ide dan waktu ketika saya menumpahkan keluh kesah dalam menjalani masa skripsi ini.
8. Alumni anggota Rnd HMPSM yang bersedia memberikan bantuan, semangat serta ide yang berguna dalam menyusun skripsi ini.
9. Bikini Bottom Group dan teman-teman seperjuangan skripsi bimbingan Ibu Sheelly yang telah memberikan semangat, ide, saran serta waktu yang berharga dan berguna untuk saya dalam menyusun skripsi ini.
10. *Last but not least, I wanna thank me for believe in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off.*

Demikian skripsi ini dibuat dengan sebaik-baiknya. Penulis menyadari terdapat banyak kekurangan dalam pembuatan skripsi ini, maka diharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat lebih baik kedepannya. Besar harapan saya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan perlindungan dan kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.

Yogyakarta, 10 September 2021



Penulis

Ni Putu Ericka Rayna Dewi



**MOTTO**

**If You Get Tired, Learn to Rest Not to Quit**



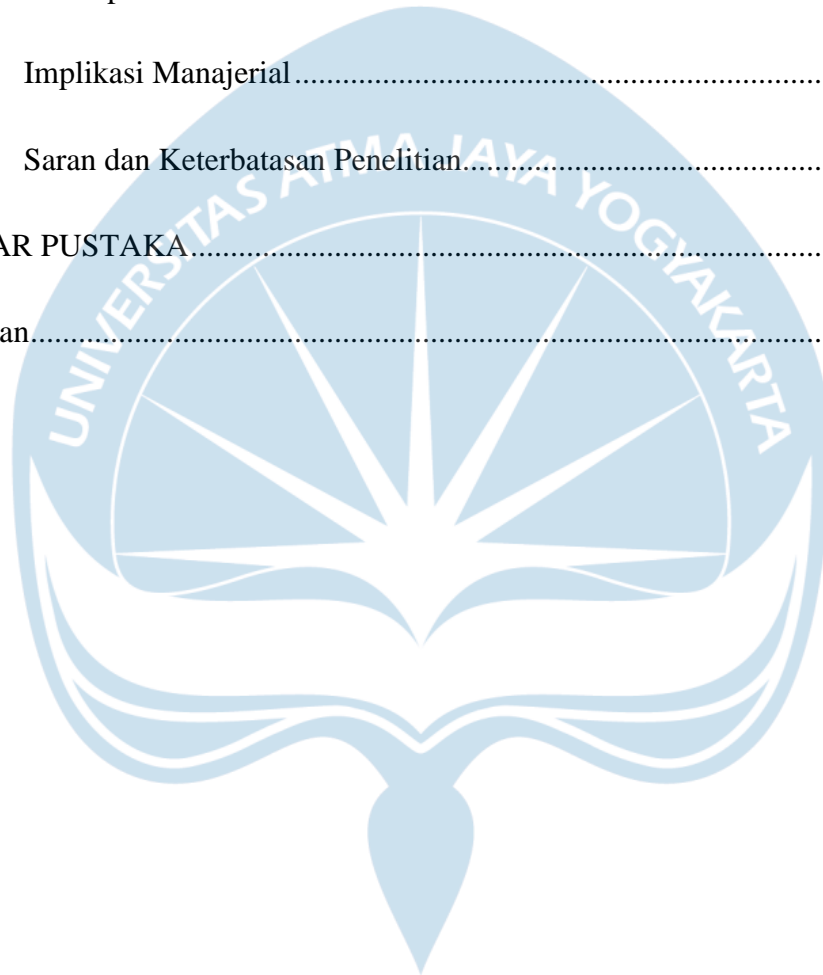


## DAFTAR ISI

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| JUDUL .....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| LEMBAR PERSETUJUAN .....                                 | ii                                  |
| PERNYATAAN .....   | iv                                  |
| KATA PENGHANTAR.....                                     | v                                   |
| MOTTO.....   | viii                                |
| DAFTAR ISI.....  | ix                                  |
| DAFTAR GAMBAR.....                                       | xii                                 |
| DAFTAR TABEL.....  | xiii                                |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                     | xiv                                 |
| INTISARI.....  | xv                                  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                  | 1                                   |
| 1.1. Latar Belakang.....                                 | 1                                   |
| 1.2. Perumusan Masalah .....                             | 6                                   |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....                              | 7                                   |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....                            | 8                                   |
| 1.5. Sistematika Penulisan.....                          | 9                                   |
| BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL & PENGEMBANGAN HIPOTESIS..... | 11                                  |
| 2.1. Internet dan E-commerce.....                        | 11                                  |

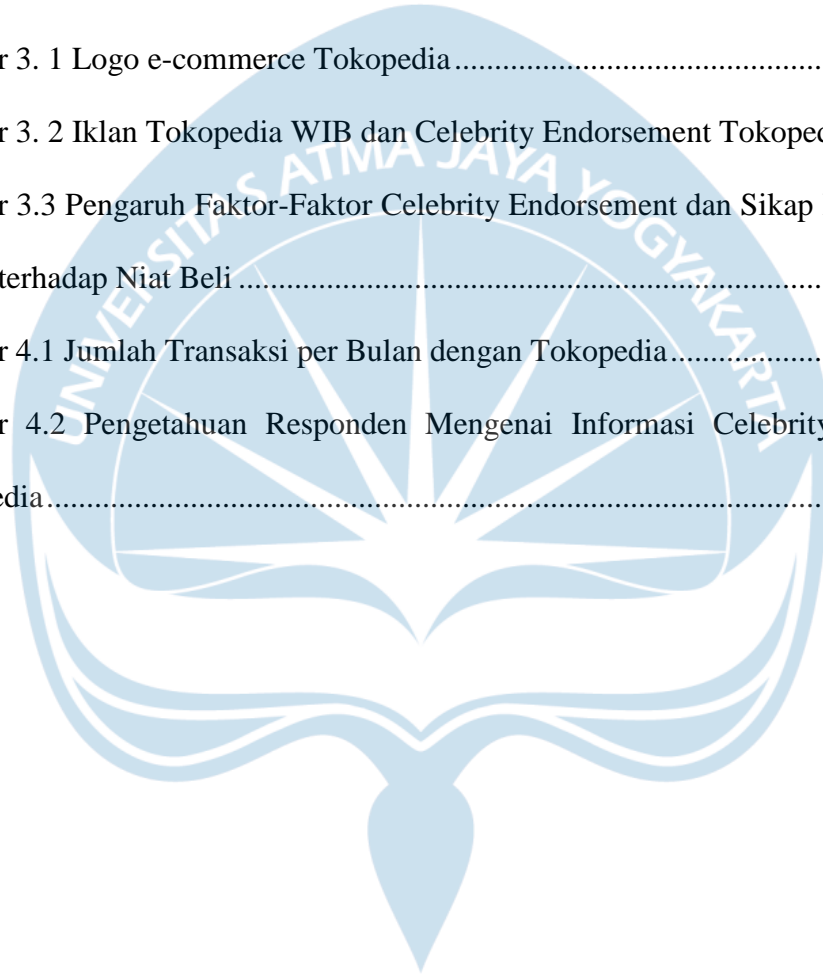
|  |   |           |
|--|---|-----------|
| 2.2.   | Celebrity Endorsement .....                     | 13        |
| 2.3.   | Variabel Celebrity Endorsement.....             | 15        |
| 2.4.   | Niat Beli.....                                  | 19        |
| 2.5.   | Penelitian Terdahulu.....                       | 20        |
| 2.6.   | Kerangka Konseptual.....                        | 24        |
| 2.7.   | Pengembangan Hipotesis.....                     | 25        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>       |   | <b>29</b> |
| 3.1.   | Lokasi Penelitian .....                         | 29        |
| 3.2.   | Populasi dan Sampel.....                        | 29        |
| 3.3.   | Desain Penelitian .....                         | 31        |
| 3.4.   | Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data .....      | 33        |
| 3.5.   | Pengukuran Variabel .....                       | 34        |
| 3.6.   | Definisi Operasional .....                      | 36        |
| 3.7.   | Pengujian Instrumen .....                       | 39        |
| 3.8.   | Metode Analisis Data .....                      | 42        |
| <b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b> |   | <b>46</b> |
| 4.1.   | Pengantar .....                                 | 46        |
| 4.2.   | Analisis Profil Responden .....                 | 47        |
| 4.3.   | Analisis Statistik Deskriptif.....              | 53        |
| 4.4.   | Evaluasi Analisis Regresi Linear Berganda ..... | 54        |

|   |    |
|---|----|
| 4.5. Evaluasi Analisis Regresi Hirarki..... | 57 |
| 4.6. Pembahasan .....                       | 62 |
| BAB V PENUTUP.....                          | 68 |
| 5.1. Kesimpulan.....                        | 68 |
| 5.2. Implikasi Manajerial.....              | 70 |
| 5.3. Saran dan Keterbatasan Penelitian..... | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                         | 74 |
| Lampiran.....                               | 79 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Rata-Rata Kunjungan Situs E-commerce (Kuartal IV – 2020) .....                                     | 4  |
| Gambar 2. 1 Digital 2021: Indonesia .....  | 12 |
| Gambar 2. 2 Model Penelitian.....  | 24 |
| Gambar 3. 1 Logo e-commerce Tokopedia.....   | 30 |
| Gambar 3. 2 Iklan Tokopedia WIB dan Celebrity Endorsement Tokopedia .....                                      | 30 |
| Gambar 3.3 Pengaruh Faktor-Faktor Celebrity Endorsement dan Sikap Konsumen atas Merek terhadap Niat Beli ..... | 43 |
| Gambar 4.1 Jumlah Transaksi per Bulan dengan Tokopedia.....  | 51 |
| Gambar 4.2 Pengetahuan Responden Mengenai Informasi Celebrity Endorsement Tokopedia.....                       | 52 |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....   | 20 |
| Tabel 3.1 Skala Likert .....   | 35 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional.....  | 36 |
| Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas .....  | 40 |
| Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas .....   | 41 |
| Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                 | 48 |
| Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....   | 48 |
| Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan / Pendidikan .....                 | 49 |
| Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Uang Saku / Pendapatan per Bulan<br>..... | 50 |
| Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif .....   | 53 |
| Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....                                     | 55 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji F .....  | 56 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Determinasi .....  | 57 |
| Tabel 4.9 Eliminasi Variabel Bebas dengan Metode <i>Forward</i> .....                      | 58 |
| Tabel 4.10 ANOVA untuk Metode <i>Forward</i> .....   | 58 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial untuk Metode <i>Forward</i> .....                             | 60 |

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

LAMPIRAN 2

LAMPIRAN 3

LAMPIRAN 4

LAMPIRAN 5

LAMPIRAN 6

LAMPIRAN 7



# **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* BTS TERHADAP NIAT BELI PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

**Disusun oleh:**

**Ni Putu Ericka Rayna Dewi**

**NPM: 170323381**

**Pembimbing**

**Prof. Dr. Sheellyana Junaedi MF., SE., M.Si.**

## **INTISARI**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel kepercayaan, keahlian, daya tarik, kesamaan, menyukai, keakraban, *celebrity match-up congruence with the brand / product* dan niat beli konsumen pada *e-commerce* Tokopedia. Objek penelitian ini adalah pengaruh BTS sebagai *celebrity endorsement* terhadap niat beli pada *e-commerce* Tokopedia. Responden dalam penelitian ini berjumlah 173 orang yang berusia 17-24 tahun, mengetahui penggunaan BTS sebagai *celebrity endorsement* oleh Tokopedia dan memiliki akun serta pernah berbelanja secara *online* menggunakan aplikasi Tokopedia. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan analisis regresi linear berganda dan regresi hirarki dengan menggunakan metode *forward* dan bantuan *software* SPSS 17.0. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa variabel keahlian, daya tarik, kesamaan dan menyukai tidak berpengaruh terhadap niat beli konsumen. Sedangkan, variabel kepercayaan, keakraban dan *celebrity match-up congruence with the brand / product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen.

**Kata Kunci:** *celebrity endorsement*, niat beli, Tokopedia, BTS