

**PENGARUH VARIABEL KETERLIBATAN PENONTON DAN
PEMUJAAAN SELEBRITI TERHADAP NIAT BELI DAN NIAT
KUNJUNGAN**

(Studi pada produk Scarlett)

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisniis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Kiin Erwin Fansani

NPM: 180324176

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2022

SKRIPSI
PENGARUH VARIABEL KETERLIBATAN PENONTON DAN
PEMUJAAAN SELEBRITI TERHADAP NIAT BELI DAN NIAT
KUNJUNGAN

(Studi pada produk Scarlett)

HALAMAN PERSETUJUAN


Disusun oleh:

KIIN ERWIN FANSANI

NPM: 180324176

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Wenefrida Mahestu N. K., SE., M.Sc.IB., Ph.D.

13 Juni 202



SURAT KETERANGAN

No. 926/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Rabu, 3 Agustus 2022 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|--|-----------------|
| 1. Mahestu N.Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D | (Ketua Penguji) |
| 2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. | (Anggota) |
| 3. Nadia Nila Sari, SE., MBA. | (Anggota) |

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

Nama : Kiin Erwin Fansani
NPM : 180324176

Dinyatakan

Lulus Tanpa Revisi

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.

Alamat
Kampus III Gedung Bonaventura
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281
URL
<https://fbe.uajy.ac.id>

Kontak
Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127
Fax : +62-274-485227
Surel : fbe@uajy.ac.id



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH VARIABEL KETERLIBATAN PENONTON DAN
PEMUJAHAN SELEBRITI TERHADAP NIAT BELI DAN NIAT
KUNJUNGAN**

(Studi terhadap merek Scarlett)

Merupakan hasil karya yang saya tulis sendiri. Baik pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, dinyatakan secara tertulis di skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun keseluruhan dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, 12 Juli 2022

Yang menyatakan



Kiin Erwin Fansani

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas ridanya, penelitian dan penyusunan skripsi saya dengan judul pengaruh keterlibatan penonton dan pemujaan selebriti terhadap kesadaran merek dan niat beli dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah skripsi di fakultas bismis ekonomika atmajaya Yogyakarta. Tidak disangka waktu cepat berlalu dan membutuhkan kerja keras dalam penyelesaian skripsi ini. Namun karya ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, bantuan dan dorongan semangat oleh berbagai pihak, terutama Para Dosen Pembimbing, para pemangku jabatan lingkup Universitas Atma Jaya Yogyakarta, para dosen, teman-teman, Orang Tua, serta berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT hingga saya dapat berada di tahap ini
2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, kampus yang berperan dalam pengetahuan manajerial hingga skripsi ini dapat terselesaikan
3. Para Dosen-dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran dengan baik.
4. Wenefrida Mahestu N, SE., M.Sc, IB, Ph.D. atas bimbingan, arahan, dorongan, semangat serta koreksi dan masukannya untuk penyempurnaan penelitian dari skripsi ini.

5. Keluarga tercinta (Bapak Sukirno dan Ibu Suyamti, Om, Tante, adik saya Alessa, Nandu, Rama, Cakra, Nenek) yang selalu memberikan doa, dukungan dan menyemangati saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Mellany, Monika, Restika, Erien, Defi, Lugas, dan Tia yang selalu memberi semangat, mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi dan saat saya sedang overthinking dan merasa gagal.
7. Teman-teman dari FORKOMI yang menjadi teman berbagi dan menjadi tempat saya lebih berkembang dalam berbagai kegiatan selama perkuliahan
8. Teman-teman dari HMPSM terutama dari PR yang memberi saya kesempatan untuk belajar hal baru.
9. Serta semua teman-teman yang sudah meluangkan waktu untuk membagikan kuisioner saya serta mengisinya dengan ikhlas.

Yogyakarta, 13 Juli, 2022

Yang menyatakan



Kiin Erwin Fansani

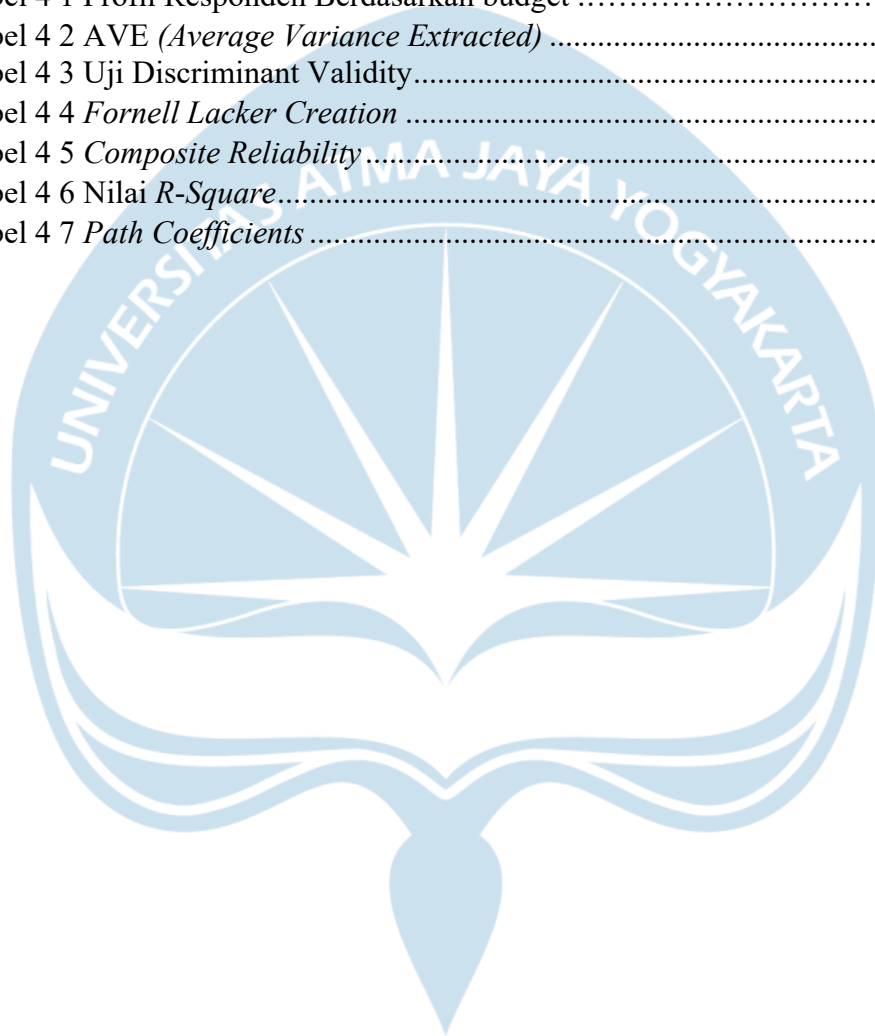
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Keterlibatan Penonton.....	6
2.2 Kesadaran Merek.....	8
2.2.1 Nilai-Nilai <i>Kesadaran merek</i>	11
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Merek ...	14
2.3 Pemujaan Selebriti.....	15
2.3.1 Aspek Pemujaan Selebriti.....	16
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemujaan Selebriti .	17
2.3.3 Dampak Pemujaan Selebriti.....	19
2.4 Niat Beli.....	20
2.4.1 Metode Mengaktifkan Niat Beli.....	21
2.5 Persepsi Kualitas.....	22
2.5.1 Manfaat Persepsi Kualitas Produk.....	23
2.6 Niat Kunjungan.....	24
2.7 Penelitian Terdahulu.....	28
2.8 Pengembangan Hipotesis.....	35
2.9 Kerangka Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Lingkup Penelitian.....	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1 Populasi Penelitian.....	41
3.2.2 Sampel Penelitian.....	42
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	43

3.4	Metode Pengumpulan Data	43
3.5	<i>Face Validity</i>	45
3.6	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	48
3.7	Metode Pengolahan Data SEM	55
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	58
4.1	Pengantar	58
4.2	Profil Demografi Responden	59
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Budget Belanja Skincare	59
4.3	Analisis Statistik Deskriptif	60
4.4	Analisis Menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS)	60
4.5	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	61
4.5.1	Uji <i>Convergent Validity</i>	61
4.5.2	Uji <i>Discriminant Validity</i>	64
4.5.3	Uji <i>Composite Reliability</i>	68
4.6	Analisis Struktural Model (<i>Inner Model</i>)	69
4.7	Pengujian Hipotesis	70
4.7.1	Pengaruh Keterlibatan Penonton terhadap Pemujaan Selebriti	71
4.7.2	Pengaruh Pemujaan Selebriti terhadap Kesadaran Merek	72
4.7.3	Kesadaran Merek terhadap Persepsi kualitas Produk	72
4.7.4	Persepsi kualitas Produk terhadap Niat Beli	73
4.7.5	Persepsi kualitas Produk terhadap Niat Kunjungan	73
4.8	Diskusi dan Pembahasan Hipotesis	73
4.8.1	Pengaruh Keterlibatan Penonton terhadap Pemujaan Selebriti	74
4.8.2	Pengaruh Pemujaan Selebriti Terhadap Kesadaran Merek	76
4.8.3	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Persepsi Kualitas Produk	77
4.8.4	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Niat Beli ..	78
4.8.5	Pengaruh Persepsi kualitas Produk terhadap Niat Kunjungan	80
BAB V	PENUTUP	82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Implikasi Manajerial	83
5.3	Keterbatasan Penelitian	84
5.4	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	90

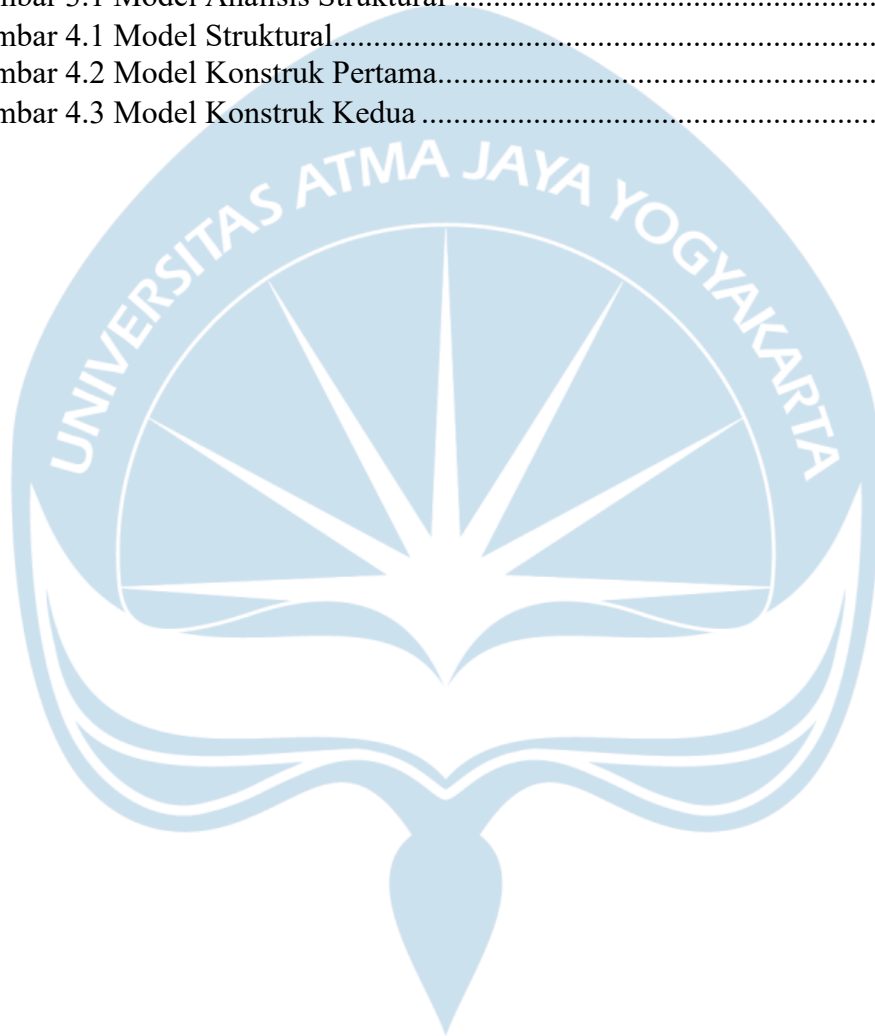
DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu	28
Label 2.3 <i>Face Validity</i>	46
Label 3. 2 Definisi Operasional.....	48
Tabel 4 1 Profil Responden Berdasarkan budget	59
Tabel 4 2 AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	63
Tabel 4 3 Uji Discriminant Validity.....	64
Tabel 4 4 <i>Fornell Lacker Creation</i>	67
Tabel 4 5 <i>Composite Reliability</i>	68
Tabel 4 6 Nilai <i>R-Square</i>	69
Tabel 4 7 <i>Path Coefficients</i>	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida <i>Kesadaran merek</i>	10
Gambar 2.2 Nilai-nilai Kesadaran merek.....	11
Gambar 2. 3 Model Kerangka Penelitian	40
Gambar 3.1 Model Analisis Struktural	56
Gambar 4.1 Model Struktural.....	60
Gambar 4.2 Model Konstruk Pertama.....	61
Gambar 4.3 Model Konstruk Kedua	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	91
Lampiran 2 Kuesioner Asli	98
Lampiran 3 Data dan Jawaban Responden	103
Lampiran 4 Jurnal Acuan	112

