

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP NIAT
PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH KESADARAN MEREK STUDI
PADA PRODUK SOMETHINC**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh:

Laetisha Chouw Kurniawan

NPM: 200325301

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

SKRIPSI
PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP NIAT PEMBELIAN
YANG DIMEDIASI OLEH KESADARAN MEREK STUDI PADA PRODUK
SOMETHINC



Disusun oleh:

Laetisha Chouy Kurniawan

NPM: 200325301

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Nadia Nila Sari", is positioned above the printed name of the supervisor.

Nadia Nila Sari, S.E., MBA.

Yogyakarta 10 Juni 2024

Skripsi

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP NIAT PEMBELIAN
YANG DIMEDIASI OLEH KESADARAN MEREK STUDI PADA PRODUK
SOMETHINC**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

**Laetisha Chow Kurniawan
NPM: 200325301**

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 10 Juli 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

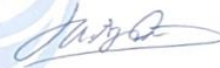


Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D

Anggota Panitia Penguji



Nadia Nila Sari, SE., MBA



Dwitya Aribawa, SE., MBA

Yogyakarta, 10 Juli 2024

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Wenefrida Maheswari N. Krisjanti, MSc., Ph.D.
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

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

**“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP NIAT
PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH KESADARAN MEREK STUDI
PADA PRODUK SOMETHINC”**

Skripsi ini adalah hasil dari ide, usaha, dan kerja keras saya sendiri. Setiap kutipan, pernyataan, atau pendapat yang saya gunakan dari sumber ahli atau orang lain telah saya akui secara tertulis dalam daftar pustaka. Saya telah berupaya untuk hanya mengandalkan informasi dari sumber-sumber ilmiah yang dapat dipercaya. Saya tidak menggunakan pernyataan orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Jika di masa mendatang terbukti bahwa ada plagiasi dalam skripsi ini, saya bersedia menerima konsekuensi yang diberlakukan oleh Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 7 Juni 2024

Yang menyatakan,



Laetisha Chouw Kurniawan

KATA PENGANTAR

Skripsi ini merupakan perjalanan yang panjang yang telah saya tempuh dengan segala lika-liku didalamnya. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus atas berkat dan bimbingan-Nya yang memungkinkan saya menyelesaikan tugas akhir skripsi saya yang berjudul "Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Niat Pembelian yang Dimediasi Oleh Kesadaran Merek Studi Pada Produk Somethinc" dengan hasil yang memuaskan. Saya juga ingin menyampaikan terima kasih melalui pengantar ini kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada saya selama proses penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena – Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar dan tidak mendapatkan banyak halangan disaat menyusun penelitian ini.
2. Ibu Nadia Nila Sari, S.E., MBA. selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dan membantu penulis dengan baik dalam penyusunan skripsi.
3. Keluarga penulis yang tak henti-hentinya mendoakan, memberikan dukungan penuh serta menghibur penulis tanpa henti.
4. Seluruh responden yang telah membantu penulis dalam pengisian kuesioner serta memberikan semangat agar dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar
5. Kepada Alexander Setiawan yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan motivasi untuk tetap bersemangat mengerjakan skripsi ini, Terima kasih untuk doa, *support*, dan kehadirannya dalam hidup penulis.
6. Teman-teman seperjuangan penulis seperti Heidy, Monic, Ella, Valen, Manda, Nicho, Audhi, dan Cung yang selalu memberi *support* dan selalu membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman dan kerabat dekat penulis seperti Cik Gita, Della, Iyenk, Keyk, Meyk serta teman-teman KKN Kemari Kemiri yang selalu menghibur dan menyemangati penulis.

8. Pihak-pihak lain dan teman-teman penulis yang tidak bisa sebutkan satu-persatu namanya, namun ikut mendukung dan menyemangati penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Dan terakhir kepada Kim Mingyu, Jeon Wonwoo, Choi Seung Cheol, Mark Lee, Lee Haechan, Jeong Jaehyun dan member-member lain dari Seventeen dan NCT yang telah memberikan hiburan dan moodbooster ketika penulis lelah, serta menjadi motivasi karena lagu-lagunya yang sangat menyemangati penulis saat mengerjakan skripsi.

Demikian, penelitian skripsi ini dibuat dengan sebaik – baik mungkin, apabila terdapat kelemahan, maka dapat diberikan masukan kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar–besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa yang membantu penulis hingga penulisan ini dapat selesai dengan lancar.

Yogyakarta, 7 Juni 2024

Yang menyatakan,



Laetisha Chow Kurniawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	1
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1. Latar Belakang	2
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Teoritis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1. Kajian Literatur	10
2.1.1. <i>Celebrity Endorsement</i>	10
2.1.2. Kesadaran Merek	11
2.1.3. Niat Pembelian	13
2.2. Penelitian Terdahulu	15
2.3. Pengembangan Hipotesis	22
2.3.1. Pengaruh <i>celebrity endorsement</i> terhadap niat pembelian.....	22
2.3.2. Pengaruh <i>celebrity endorsement</i> terhadap kesadaran merek.....	23
2.3.3. Pengaruh kesadaran merek terhadap niat pembelian	23

2.3.4. Pengaruh <i>celebrity endorsement</i> terhadap niat pembelian yang dimediasi oleh kesadaran merek	24
2.4. Kerangka Penelitian	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Jenis Penelitian.....	25
3.2. Objek, Subjek dan Lokasi Penelitian	25
3.3. Populasi dan Sampel	26
3.3.1. Metode Sampling	26
3.4. Metode Pengumpulan Data	27
3.5. Definisi Operasional.....	29
3.6. Pengukuran Data	31
3.7. Metode Analisis Data	32
3.7.1. Statistik Deskriptif	32
3.7.2. Pengujian Instrumen.....	33
3.7.3. Analisis Regresi	35
3.7.4. <i>Statistical Program for Social Science (SPSS)</i>	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Hasil Statistika Deskriptif	41
4.1.1. Pertanyaan <i>Filter</i>	41
4.1.2. Data demografi responden	43
4.1.3. Statistik deskriptif	44
4.2. Hasil Analisis Data.....	49
4.2.1. Analisis Regresi Sederhana	49
4.2.2. Analisis Regresi Berganda	50
4.2.3. Analisis Mediasi.....	52
4.3. Pembahasan.....	54
4.3.1. <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Niat pembelian.....	54
4.3.2. <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Kesadaran Merek.....	54

4.3.3. Kesadaran Merek terhadap Niat Pembelian	54
4.3.4. <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Niat Pembelian yang Dimediasi oleh Kesadaran Merek.....	55
BAB V PENUTUP DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	57
5.1. Kesimpulan	57
5.2. Implikasi Manajerial	57
5.3. Keterbatasan Penelitian	60
5.4. Saran Penelitian Kedepan.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Produk Kecantikan di Indonesia Tahun 2023	2
Gambar 1. 2 Akun Sosial Media Somethinc	4
Gambar 1. 3 <i>Celebrity Endorsement</i> Somethinc	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	24
Gambar 3. 1 Pohon Keputusan untuk Menetapkan dan Memahami Jenis Mediasi dan Non Mediasi	39
Gambar 3. 2 Model Kausal Nonrekursif Tiga Variabel	39

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	29
Tabel 3. 2 Interval atau Nilai Rata-Rata.....	32
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas	34
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	63
Lampiran 2 Data Responden dan Jawaban Kuesioner	69
Lampiran 3 Hasil Olah Data.....	71
Lampiran 4 Jurnal Acuan	73

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP NIAT
PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH KESADARAN MEREK STUDI
PADA PRODUK SOMETHINC**

Laetisha Chouw Kurniawan

Nadia Nila Sari, S.E., MBA.

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jl. Babarsari No. 43-44, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh *celebrity endorsement* terhadap niat pembelian dengan memediasi kesadaran merek pada produk Somethinc. Jumlah responden yang memenuhi kriteria penelitian ini adalah sebanyak 162 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purpoisive sampling* dengan menggunakan skala *likert* 5 poin yang dikumpulkan melalui *Google Form*. Data sampel yang terkumpul diolah menggunakan SPSS dengan menggunakan metode analisis regresi dan analisis mediasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorsement* mempengaruhi niat pembelian, *celebrity endorsement* mempengaruhi kesadaran merek, kesadaran merek mempengaruhi niat pembelian, dan kesadaran merek memediasi pengaruh *celebrity endorsement* terhadap niat pembelian.

Kata Kunci: Somethinc, *celebrity endorsement*, kesadaran merek, niat pembelian