

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *EMOTIONAL ATTACHMENT* dan
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI**

(Studi pada Produk Kosmetik Wardah)

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Progam Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Angelyn Voice Tomboelu

NPM 200325633

PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

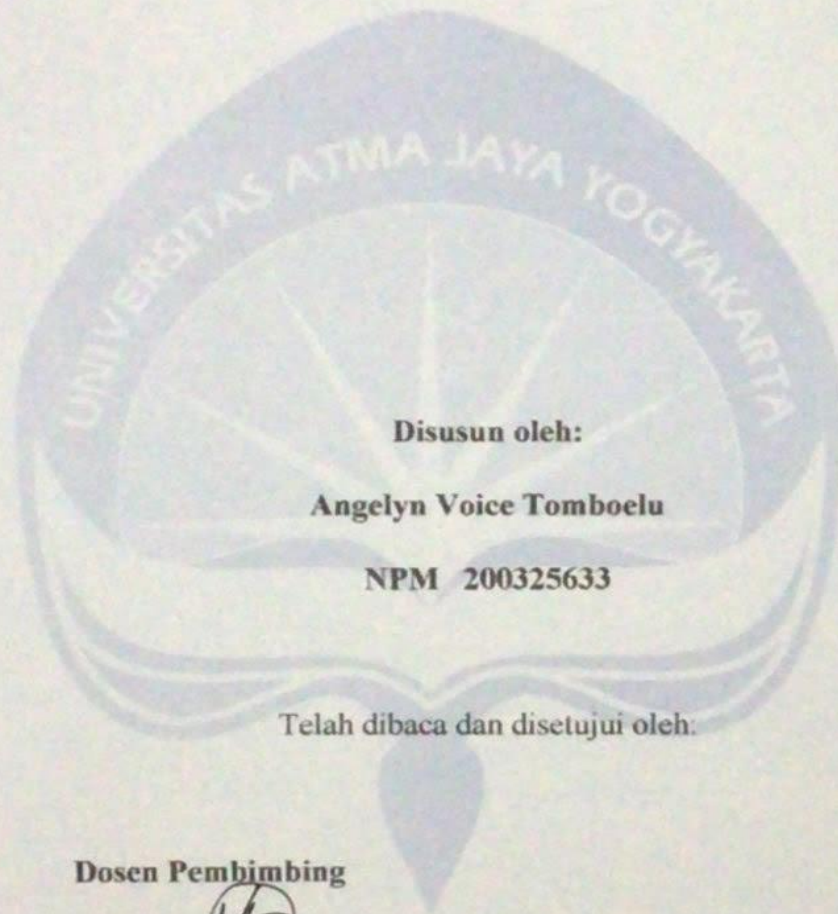
2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *EMOTIONAL ATTACHMENT* dan
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI**

(Studi pada Produk Kosmetik Wardah)



Disusun oleh:

Angelyn Voice Tomboelu

NPM 200325633

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Diah", written over a white background.

Th. Diah Widiastuti, SE., M.si.

14 Juni 2024

LEMBAR PERNYATAAN

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

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *EMOTIONAL ATTACHMENT* dan KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI

(Studi pada Produk Kosmetik Wardah)

benar-benar hasil karya sendiri, pernyataan, ide, kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam daftar Pustaka. Apabila kemudian terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian melebihi ketentuan dari kampus atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Juni 2024

Yang Menyatakan



Angelyn Voice Tomboelu

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *EMOTIONAL ATTACHMENT* dan
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI**

(Studi pada Produk Kosmetik Wardah)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

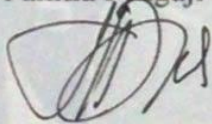
Angelyn Voice Tomboelu

NPM 200325633

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

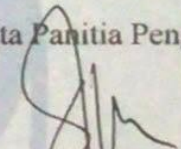
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

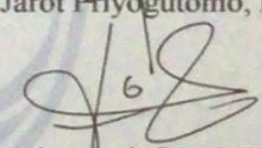


Th. Diah Widiastuti, SE, M.Si.

Anggota Panitia Penguji



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

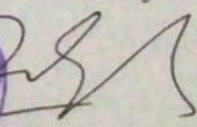


Api Adyanari, SA., MBA

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu Noviantra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *EMOTIONAL ATTACHMENT* dan *KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI* (Studi pada Produk Kosmetik Wardah)”. Hal ini dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang ditemui dalam skripsi ini. Penulis pun bersedia menerima kritik maupun saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Walaupun begitu, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang dan bisa menjadi sumber referensi bagi pembaca.

Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukugan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis dengan kerendahan hati dan ketulusan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus Yang Maha Esa, yang selalu membimbing, menemani, memberi berkat dan lindungan serta kesehatan kepada peneliti dalam keadaan apapun sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

2. Bapak Gusland Tomboelu, Ibu Roniati Rampagoa, dan Valencia Euaggelion Tomboelu, selaku anggota keluarga yang telah memberikan berkat, mendoakan, memberi semangat dan dukungan dalam segala hal baik materi ataupun moral
3. Ibu Diah Widiastuti Th., SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang sudah sabar dalam memberikan waktu, bimbingan, dorongan, arahan, dan masukan yang berharga dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
4. Kepada saudara Helena Yovita Junijanto, S.M., M. selaku Asisten Dosen Pembimbing yang telah sabar membantu, memberikan waktu, dorongan, masukan yang berharga dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
5. Billie Richardo Setiawan, selaku kekasih yang selalu menemani, menghibur, dan memberikan semangat serta dukungan penuh setiap waktu kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini.
6. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sudah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menimba ilmu dan berdinamika bersama di Universitas Atma Jaya Yogyakarta dari awal masa perkuliahan hingga peneliti mampu menyelesaikan masa studinya.
7. Seluruh dosen, karyawan, dan staff FBE UAJY yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama empat tahun mengemban ilmu di FBE UAJY.
8. Grup Keluarga Besar (Icha, Risky, Rio, Wedhar, Agung, Dean, Kristin, Dila) yang telah mendukung, menemani dan memberikan hiburan kepada penulis.

9. Teman-teman seperjuangan Acel, Yori, Johan, Andrew, Glenn, Tegar, Monic, Bagas, dan Antonia karena telah menjadi teman sejak awal perkuliahan dan mau berdinamika bersama untuk saling membantu.
10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner pada penelitian ini.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta
12. Peneliti sendiri yang sudah berjuang dari awal hingga titik ini dan selalu bersyukur, semangat, serta selalu berusaha menyelesaikan apa yang telah dimulai dari awal hingga akhir.

Akhir kata, demikian penelitian skripsi ini dibuat dengan sebaik-baiknya. Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu peneliti memohon maaf apabila masih banyak kekurangan dalam penulisan laporan ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya. Sekian yang dapat peneliti sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang diberikan, peneliti ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 14 Juni 2024

Yang Menyatakan



Angelyn Voice Tomboelu

MOTTO

“TUHAN adalah kekuatanku dan perisaiku; kepada-Nya hatiku percaya.

Aku tertolong sebab itu beria-ria hatiku, dan dengan nyanyianku aku
bersyukur kepada-Nya.”

-Mazmur 28:7

DAFTAR ISI

Skripsi	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penelitian.....	9
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12

2.1. Niat Beli	12
2.2. Celebrity Endorser	13
2.3. Emotional Attachment	14
2.4. Kepercayaan Merek	16
2.5. Penelitian Terdahulu	17
2.6. Kerangka Penelitian	22
2.7. Pengembangan Hipotesis	22
BAB III.....	29
METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1. Jenis Penelitian	29
3.2. Objek Penelitian.....	29
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4. Populasi dan Sampel.....	32
3.5. Metode Pengambilan Sampel	32
3.6. Metode Pengukuran Data.....	34
3.7. Tahapan Pembentukan Instrumen.....	35
3.8. Metode Analisa Data	38
3.9. Uji Hipotesis	44

BAB IV	45
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Analisis Responden Berdasarkan Profil Demografi	45
4.2. Analisis Responden Berdasarkan Pertanyaan <i>Filter</i> Kuesioner	51
4.3. Analisis Statistik Deskriptip Variabel.....	53
4.4. Analisis Menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS)	67
4.4. Pembahasan Hipotesis	89
BAB V.....	99
PENUTUP.....	99
5.1. Kesimpulan	99
5.2. Kesimpulan Berdasarkan Analisis Hipotesis Penelitian	100
5.3. Implikasi Manajerial	101
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	106
5.5. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert.....	34
Tabel 3. 2 Tahapan Pembentukan Instrumen Penelitian.....	35
Tabel 3. 3 Kriteria Analisis Statistik Deskriptif.....	40
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Media Sosial	46
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Mengikuti Media Sosial (Instagram, Tik Tok, dll) Wardah	47
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Mengikuti Media Sosial (Instagram, Tik Tok, dll) Amanda Rawles.....	48
Tabel 4. 4 Profil Responden Berapakah rentang usia anda saat ini	48
Tabel 4. 5 Profil Responden Profesi	49
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per-Bulan	50
Tabel 4. 7 Pertanyaan <i>Filter</i> Pertama.....	52
Tabel 4. 8 Pertanyaan <i>Filter</i> Kedua	53
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	55
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Emotional Attachment</i>	58
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif Responden Variabel Kepercayaan Merek	62
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Deskriptif Responden Variabel.....	65
Tabel 4. 13 Indikator Variabel Laten	68
Tabel 4. 14 Nilai <i>Outer Loading (Loading Factors)</i> PLS-SEM	74

Tabel 4. 15 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	76
Tabel 4. 16 Nilai <i>Cross Loading</i>	77
Tabel 4. 17 Nilai <i>Fornell – Lacker Criterion</i>	79
Tabel 4. 18 Nilai <i>Dillon Goldstein’s</i>	80
Tabel 4. 19 Hasil <i>R-Square</i>	82
Tabel 4. 20 Hasil <i>Q-Square</i>	83
Tabel 4. 21 <i>Path Coefficient</i>	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Most Used Social Media Platform in Indonesia</i>	2
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	22
Gambar 4. 1 Model Struktural PLS-SEM.....	67
Gambar 4. 2 Model Struktural PLS <i>Alogarithm</i>	73
Gambar 4. 3 Model Struktural PLS <i>Alogarithm</i>	82
Gambar 4. 4 Model Struktural PLS <i>Bootstraping</i>	85

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 DRAFT KUESIONER	114
LAMPIRAN 2 KUESIONER DARING (<i>GOOGLE FORM</i>).....	123
LAMPIRAN 3 HASIL PENGISIAN KUESIONER DARING (<i>GOOGLE FORM</i>)	127
LAMPIRAN 4 HASIL OLAH DATA SMART-PLS 4.....	136
LAMPIRAN 5 STRUKTUR KERANGKA SEM-PLS.....	143
LAMPIRAN 6 JURNAL ACUAN	147

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *EMOTIONAL ATTACHMENT* dan
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI**

(Studi pada Produk Kosmetik Wardah)

Angelyn Voice Tomboelu

Diah Widiastuti Th., SE., M.Si.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-33, Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser*, *emotional attachment* dan kepercayaan merek terhadap niat beli pada produk Wardah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wanita yang belum pernah dan berniat menggunakan produk Wardah dan Mengetahui Amanda Rawles sebagai *celebrity endorser* produk Wardah. Sedangkan, sampel yang digunakan yaitu sebanyak 210 responden yang diperoleh dari alat pengambilan data berupa kuisisioner *Google Form*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan skala likert 6 poin. Analisis data yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan pendekatan software *Partial Least Square* (SmartPLS) versi 4. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *celebrity endorser* dengan *emotional attachment*, *celebrity endorser* dengan kepercayaan merek, *emotional attachment* dengan niat beli, kepercayaan merek dengan niat beli, dan *celebrity endorser* dengan niat beli.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, *Emotional Attachment*, Kepercayaan Merek, Niat beli