

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA *3SECOND*  
*CLOTHING STORE***



**Oleh:**

**RIZKY SUCI FEBRIYANTI**

**NPM: 12.1.02.05644**

**PROGRAM STUDI: MANAJEMEN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2016**



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA  
*3SECOND CLOTHING STORE***

**Dipersiapkan dan disusun oleh :**

**RIZKY SUCI FEBRIYANTI  
NPM: 12.1.02.05644**

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji  
Pada Tanggal 27 Februari 2016**

**Susunan Tim Penguji :**

**Ketua : Dr. Suwitho, M.Si.**

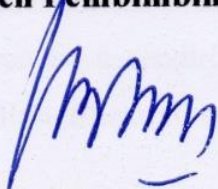
**Anggota : 1. Dr. Prijati, S.E., M.M.**

**2. Dra. Aniek Wahyuati, M.M.**

**Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima**

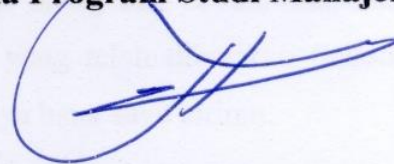
**Oleh:**

**Dosen Pembimbing**



**Dra. Aniek Wahyuati, M.M.**

**Ketua Program Studi Manajemen**



**Dra. Tri Yuniati, M.M.**

**Ketua STIESIA**



**Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA.**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : RIZKY SUCI FEBRIYANTI

N.P.M. : 12.1.02.05644

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA *3SECOND CLOTHING STORE*** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 27 Februari 2016, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 27 Februari 2016

Yang membuat pernyataan,



RIZKY SUCI FEBRIYANTI

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Rizky Suci Febriyanti  
NPM : 12.1.02.05644  
Program Studi : Manajemen  
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 01 Februari 1995  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak ke : 1 (Satu) / 2 (Dua)  
Alamat Rumah : Jalan Suko Permai, Desa Sentul  
Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo  
Status : Belum Menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Hasyim Asy'ari  
Alamat Rumah : Jalan Suko Permai, Desa Sentul  
Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo  
Telepon : 0812-17778999  
Pekerjaan : Pegawai Swasta

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SDN Sentul Tahun 2006
2. Tamat SMPN 2 Porong Tahun 2009
3. Tamat SMA Antartika Sidoarjo Tahun 2012
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VIII	2012-2016	-

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya  
Oleh

Rizky Suci Febriyanti

## KATA PENGANTAR

**Assalammualaikum Wr. Wb**

Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahnya, sehingga saya telah berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada *3Second Clothing Store*”.

Skripsi ini saya tulis untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata 1 dan memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Skripsi ini telah berhasil saya selesaikan berkat adanya dukungan dari beberapa pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini saya sampaikan terima kasih dan di dedikasikan kepada:

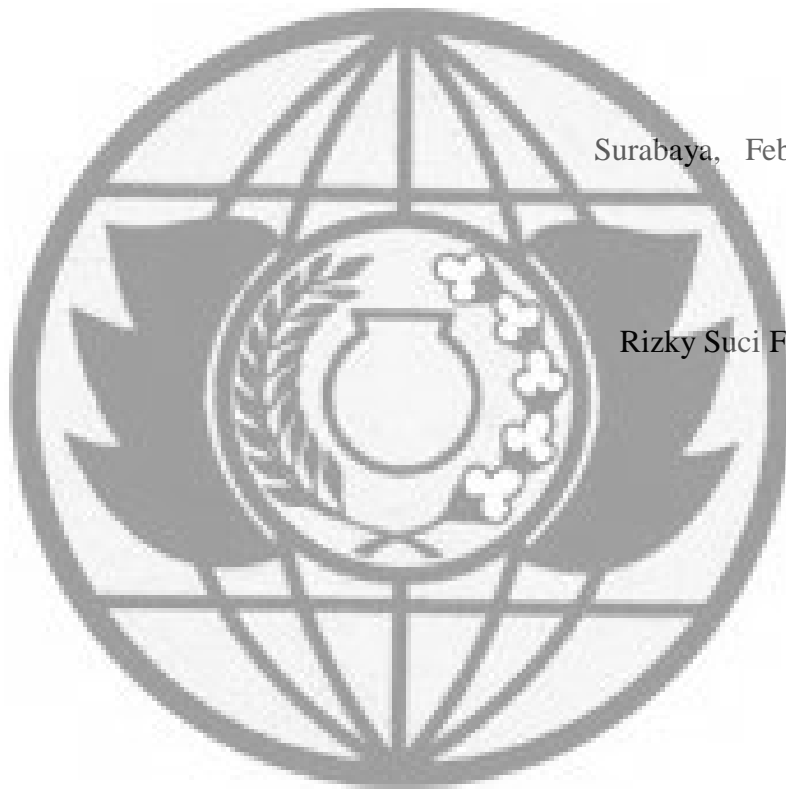
1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dra. Tri Yuniati, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Dra. Aniek Wahyuati, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan dorongan semangat dengan penuh kesabaran kepada saya dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu Siti Dra. Siti Rokhmi Fuadati, M.Si. selaku dosen wali SM6 angkatan tahun 2012 yang telah memberikan pengarahan selama perwalian berlangsung.

5. Bapak dan Ibu dosen seluruh staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.
6. Kedua Orang Tua saya yang setiap waktu memberikan do'a, semangat, harapan dan bimbingan serta bantuan kepada saya dalam menempuh pendidikan hingga terselesaikannya penelitian ini.
7. Bapak Dwi Fandy Rossy selaku kepala toko *3Second Clothing Store* Sidoarjo beserta staf yang telah memberikan ijin penelitian untuk skripsi.
8. Teman terbaik Defansha Rafsanjani yang telah sabar memberikan dukungan, motivasi, do'a dan bantuan yang saya butuhkan dalam perkuliahan hingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. Sahabat-sahabat yang selalu memberikan ide, motivasi, doa serta bantuan hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
10. Seluruh kawan-kawan SM-6 yang bersama-sama berjuang dalam penyelesaian perkuliahan selama ini serta yang telah memberikan dukungan serta doa kepada saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Kawan-kawan Hima Manajemen STIESIA Surabaya yang telah bersama-sama belajar dalam berorganisasi sehingga memberikan saya banyak pengalaman, ilmu, inspirasi, dan tentunya juga memberikan doa serta motivasi kepada saya untuk penyelesaian penelitian ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terima kasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan banyak manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terima kasih.

Surabaya, Februari 2016

Rizky Suci Febriyanti





## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
INTISARI.....	xix
<i>ABSTRACT</i> .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	6

## BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Teoritis..... x .....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
1. Pengertian Pemasaran.....	7
2. Konsep Pemasaran.....	8
2.1.2 Promosi.....	8
1. Pengertian Promosi.....	8
2. Tujuan Promosi.....	9
3. Unsur-unsur Promosi.....	10
2.1.3 <i>Endorser</i> .....	12
1. Pengertian <i>endorser</i> .....	12
2.1.4 <i>Celebrity Endorser</i> .....	12
1. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i> .....	12
2. Atribut ( <i>performance</i> ) <i>Endorser</i> .....	13
2.1.5 <i>Brand</i> (Merek).....	14
1. Pengertian Merek.....	14
2. Syarat Merek.....	16
3. Kriteria Pemilihan Merek.....	17
4. Manfaat Merek.....	18
5. Tujuan Digunakannya Merek.....	18
2.1.6 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	19
1. Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	19
2. Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek.....	20

3. Indikator-indikator Citra Merek.....	21
2.1.7 Perilaku Konsumen.....	22
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	22
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	23
3. Model Perilaku Konsumen.....	27
2.1.8 Minat Beli Konsumen.....	30
1. Pengertian Minat Beli Konsumen.....	30
2. Indikator-indikator Minat Beli.....	30
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	30
2.1.9 Keputusan Pembelian.....	32
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	32
2. Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	32
3. Tingkat Keputusan Pembelian Konsumen.....	34
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen.....	35
5. Indikator-indikator Keputusan Pembelian.....	36
2.1.10 Penelitian Terdahulu.....	37
2.2 Rerangka Pemikiran.....	39
2.2.1 Model Konseptual.....	40
2.3 Perumusan Hipotesis.....	40

### **BAB 3 METODA PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi	
Penelitian.....	42
3.1.1 Jenis Penelitian.....	42
3.1.2 Gambaran dan Populasi Penelitian.....	42
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	43
3.2.2 Teknik <i>Sampling</i> .....	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3.1 Jenis Data.....	44
3.3.2 Sumber Data.....	44
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	46
3.4.1 Variabel.....	46
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.5 Teknik Analisis Data.....	49
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	49
3.5.2 Uji Instrumen.....	50
1. Uji Validitas.....	51
2. Uji Realibilitas.....	51
3.5.3 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	52
3.5.4 Uji Kelayakan Model.....	54
1. Uji F.....	54
2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	54

3.5.5 Uji Asumsi Klasik.....	55
1. Uji Normalitas.....	55
2. Uji Multikolinieritas.....	56
3. Uji Heterokedasitas.....	56
3.5.6 Pengujian Hipotesis.....	57

## **BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian.....	58
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	58
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	58
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	59
4.1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	60
4.1.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	60
4.1.3 Deskriptif Hasil Penelitian.....	62
4.1.4 Analisis Data.....	74
4.1.4.1 Uji Instrumen.....	74
1. Uji Validitas.....	74
2. Uji Reliabilitas.....	76
4.1.4.2 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	77
4.1.4.3 Uji Kelayakan Model.....	79
1. Uji F.....	79
2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	81
4.1.4.4 Uji Asumsi Klasik.....	83
1. Uji Normalitas.....	83

2. Uji Multikolinieritas.....	87
3. Uji Heterokedasitas.....	88
4.1.4.5 Uji Hipotesis Penelitian (UJI T).....	90
4.2 Pembahasan .....	94

**BAB 5 PENUTUP**

5.1 Simpulan.....	98
5.2 Saran .....	99
JADWAL PENELITIAN.....	102
DAFTAR PUSTAKA .....	103
LAMPIRAN .....	104



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	37
2. Kelas Interval .....	49
3. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Reliabilitas ( $\alpha$ ) .....	52
4. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	61
5. Karakteristik Responden Menurut Usia .....	61
6. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan .....	62
7. Kelas Interval .....	63
8. Distribusi Frekuensi Berdasarkan <i>Celebrity Endorser</i> .....	64
9. Distribusi Frekuensi Berdasarkan <i>Brand Image</i> .....	66
10. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Minat Beli .....	69
11. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keputusan Pembelian .....	72
12. Hasil Uji Validitas .....	75
13. Hasil Uji Reliabilitas .....	76
14. Hasil Uji F Model 1 .....	80
15. Hasil Uji F Model 2 .....	80
16. Koefisien Determinasi Model 1 .....	81
17. Koefisien Determinasi Model 2 .....	82
18. Hasil Uji Normalitas Model 1 .....	84
19. Hasil Uji Normalitas Model 2 .....	85
20. Hasil Uji Multikolinieritas Model 1 .....	87
21. Hasil Uji Multikolinieritas Model 2 .....	88
22. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian .....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Tahap-tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	33
2. RerangkaPemikiran .....	39
3. Model Konseptual.....	40
4. Diagram Jalur.....	53
5. Struktur Organisasi Perusahaan.....	60
6. Hasil Analisis Diagram Jalur.....	77
7. Grafik Uji Normalitas Data Model 1.....	86
8. Grafik Uji Normalitas Data Model 2.....	86
9. Grafik Uji Heteroskedastisitas Model 1.....	89
10. Grafik Uji Heteroskedastisitas Model 2.....	89



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Kuesioner
2. Tabulasi Hasil Kuesioner
3. Tabulasi Frekuensi Data
4. Uji Validitas dan Reliabilitas
5. Hasil Regresi
6. Hasil Grafik Normal Plot
7. Hasil Grafik Scatterplot
8. Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing
9. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Surat Ijin Riset dari STIESIA
11. Surat Keterangan Selesai Riset
12. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian