

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPE MELALUI *BRAND*
*IMAGE***



Oleh:

ANISSA YUSIARA

NPM: 20.1.02.12364

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2024

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE MELALUI *BRAND*
*IMAGE***



Oleh:

ANISSA YUSIARA

NPM: 20.1.02.12364

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2024

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE MELALUI *BRAND*
*IMAGE***

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran



Oleh:

ANISSA YUSIARA

NPM: 20.1.02.12364

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STESIA)

SURABAYA

2024

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN E-SERVICE QUALITY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE MELALUI BRAND**

IMAGE

Dipersiapkan dan disusun Oleh:

ANISSA YUSIARA

NPM: 20.1.02.12364

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal 18 Mei 2024

Susunan Tim Penguji:

Ketua: Dr. Suhermin, S.E., M.M.

Anggota: 1. Anton Eko Yulianto, S.E., M.M.

2. Drs. Ec. Yahya, M.M.

Disyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing

Dr. Suhermin, S.E., M.M.

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dr. Suwitho, M.Si.



Ketua STIESIA

Prof. Dr. Nuz Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya

Nama : ANISSA YUSIARA

N.P.M : 20.1.02.12364

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE MELALUI *BRAND IMAGE*

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 saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

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

Surabaya, 18 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Anissa Yusiara

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Anissa Yusiara
NPM : 20.1.02.12364
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya/16 Juli 2002
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 2/2
Alamat Rumah : Karah Tama Asri I No47
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Alip Yusiara
Alamat Rumah/Telepon : Karah Tama Asri I No47
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD Laboratorium UNESA Tahun 2007 – 2013
2. Tamat SMPN 12 Surabaya Tahun 2013 – 2016
3. Tamat SMAN 2 Surabaya Tahun 2017 – 2020
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA Surabaya	Jl. Menur Pumpungan No.30 Surabaya	I - VII	2020 - 2024	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Anissa Yusiara

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah.swt atas segala limpahan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam tujuan pemenuhan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dengan judul

”PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE MELALUI *BRAND IMAGE*

Penulis menyadari bahwa selesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Suhermin S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk penulis serta memberikan banyak arahan perihal pengerjaan skripsi ini.
4. Drs. Achmad Djuraidi, M.Si. selaku dosen wali yang membantu penulis sampai sejauh ini.
5. Bapak dan Ibu dosen serta staff STIESIA Surabaya yang telah memberikan

bekal ilmu dan arahan selama penulis menempuh perkuliahan.

6. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Alip dan Ibu Yuyun yang senantiasa pula memberikan doa, dukungan, serta semangat kepada penulis.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu serta memberikan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Dan penulis berharap bisa mendapatkan kritik serta saran yang dapat membangun untuk dapat menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta menambah informasi bagi semua pihak yang membutuhkan skripsi ini

Surabaya, 30 Maret 2024

Anissa Yusiara

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup.....	8
BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Tinjauan Teoritis	10
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	10

2.1.2 <i>Brand Image</i>	13
2.1.3 <i>Celebrity Endorser</i>	16
2.1.4 <i>E-Service Quality</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Rerangka Konseptual.....	27
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	27
2.4.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.4.4 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	30
2.4.5 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	31
2.4.6 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Brand Image</i>	32
2.4.7 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Brand Image</i>	33
BAB 3 : METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Obyek) Penelitian.....	35
3.1.1 Jenis Penelitian.....	35
3.1.2 Gambaran Dari Populasi Penelitian.....	35
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1 Jenis Data.....	37
3.3.2 Sumber Data.....	37
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	38

3.4.1 Variabel.....	38
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	40
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	40
3.5.2 Analisis Outer Model	41
3.5.3 Analisis Inner Model.....	43
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif	46
4.1.3 Diagram Jalur	55
4.1.4 Outer Model (Evaluasi Model Pengukuran)	56
4.1.5 Inner Model (Evaluasi Model Struktural).....	61
4.1.6 Uji Hipotesis	65
4.2 Pembahasan.....	66
4.2.1 <i>Celebrity Endorser</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.2.2 <i>E-Service Quality</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.2.3 <i>Brand Image</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.2.4 <i>Celebrity Endorser</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Brand Image</i>	72

4.2.5 <i>E-Service Quality</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Brand Image</i>	73
4.2.6 <i>Celebrity Endorser</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Brand Image</i>	75
4.2.7 <i>E-Service Quality</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Brand Image</i>	76
BAB 5 : PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Keterbatasan.....	79
5.3 Saran.....	80
JADWAL PENELITIAN	83
DAFTAR PUSTAKA	84
DAFTAR LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Top Brand Award	2
2. Skala Likert	38
3. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	47
4. Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	47
5. Karakteristik Berdasarkan Jurusan Perkuliahan Responden.....	48
6. Tanggapan Responden Terhadap <i>Celebrity Endorser</i>	50
7. Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Service Quality</i>	51
8. Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i>	52
9. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	54
10. Nilai <i>Outer Loading</i>	57
11. Nilai <i>Cross Loading</i>	58
12. Hasil Nilai AVE	59
13. Hasil <i>Composite Reliability</i>	60
14. Hasil <i>Cronbach Alpha</i>	61
15. Hasil <i>Original Sample</i>	62
16. Hasil <i>Original Sample</i>	63
17. Hasil <i>R-Square</i>	64
18. Hasil <i>P-Value</i>	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Rerangka Konseptual	27
2. Logo Shopee	46
3. Hasil <i>Framework</i> Diagram Jalur	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	86
2. Tabulasi Data	89
3. Hasil Uji Validitas	92
4. Hasil Uji Reliabilitas	94
5. <i>Frequency</i> Tabel	95
6. Hasil Uji Diagram Jalur	99
7. Hasil Uji Hipotesis	100
8. Surat Tugas	102
9. Kartu Konsultasi	103
10. Surat Pernyataan Sebar Kuesioner	104
11. Berita Acara Skripsi	105
12. Sertifikat Seminar Hasil	106
13. Surat Keterangan Bebas Plagiasi	107
14. Hasil Turnitin	108