

**PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER* DAN *VIRAL*  
*MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**

**DESSERT BOX BITTERSWEET BY NAJLA**

**DI JAKARTA UTARA**

**Oleh :**

**Nama : Angella Oktora**

**NIM : 25180313**

**Skripsi**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**

**Konsentrasi Pemasaran**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**FEBRUARI 2022**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**PENGESAHAN**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**  
**PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER* DAN *VIRAL*  
*MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
*DESSERT BOX BITTERSWEET BY NAJLA***

**DI JAKARTA UTARA**

**Diajukan oleh :**

**Nama : Angella Oktora**

**NIM : 25180313**

**Jakarta, 21 Februari 2022**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing**



**(Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2022**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

Angella Oktora / 25180313 / 2021 / Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dessert Box Bittersweet by Najla di Jakarta Utara / Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi manusia untuk dapat bertahan hidup sehingga makanan tidak akan pernah berhenti dibutuhkan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Namun, dalam perkembangannya makanan tidak lagi menjadi sekedar kebutuhan pokok saja melainkan menjadi bagian dari gaya hidup atau *lifestyle* manusia. Semakin meningkatnya persaingan bisnis di bidang kuliner membuat perusahaan melakukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan dan *tren* yang ada saat ini. Semakin banyak pesaing maka semakin banyak pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya, sehingga konsekuensinya adalah perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dalam memasarkan dan menjual produknya agar menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini khususnya akan membahas mengenai kredibilitas *celebrity endorser* dan *viral marketing* untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap produk *dessert box* Bittersweet by Najla.

Teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kredibilitas *celebrity endorser*, *viral marketing*, dan keputusan pembelian. Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel independen yang terdiri dari kredibilitas *celebrity endorser* dan *viral marketing*, dan variabel dependen yang terdiri dari keputusan pembelian.

Objek penelitian ini adalah Bittersweet by Najla. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi ganda. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form kepada 150 sampel konsumen Bittersweet by Najla sebagai respondennya. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *nonprobability sampling* dengan teknik *judgement sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan kredibilitas *celebrity endorser* dan *viral marketing* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kredibilitas *celebrity endorser* sangat baik, teknik *viral marketing* sudah baik dan keputusan pembelian meningkat, dimana kredibilitas *celebrity endorser* dan *viral marketing* terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian disarankan agar Bittersweet by Najla dapat memilih *celebrity endorser* yang kredibel dan sesuai dengan *image* dan cara *branding* Bittersweet by Najla itu sendiri, serta agar Bittersweet by Najla lebih kreatif lagi dalam melakukan teknik *viral marketing*.

Kata Kunci : Kredibilitas Celebrity Endorser, Viral Marketing, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

Angella Oktora / 25180313 / 2021 / *The Effect of Celebrity Endorser Credibility and Viral Marketing on Purchase Decisions for Bittersweet Dessert Box Products by Najla in North Jakarta* / Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Food is one of the basic needs for humans to survive so that food will never stop being needed by humans in everyday life. However, in its development, food is no longer just a basic need but has become part of a human lifestyle. The increasing business competition in the culinary field makes the company carry out the right marketing strategy so that its business can survive and win the competition and current trends. The more competitors, the more choices for customers to be able to choose products that match their expectations, so the consequence is that companies are required to be more creative in marketing and selling their products in order to attract consumers to buy these products. Therefore, this study in particular will discuss the credibility of celebrity endorsers and viral marketing to determine the level of consumer purchasing decisions for the Bittersweet by Najla dessert box product.

The theory that will be used in this research is the credibility of celebrity endorsers, viral marketing, and purchasing decisions. There are two types of variables in this study, namely the independent variable consisting of the credibility of celebrity endorsers and viral marketing, and the dependent variable consisting of purchasing decisions.

The object of this research is Bittersweet by Najla. The research method used is descriptive analysis and multiple regression. Data was collected by distributing questionnaires via google form to 150 samples of Bittersweet by Najla consumers as respondents. Sampling was done by non-probability sampling with judgment sampling technique.

The results of this study indicate that the credibility of celebrity endorsers and viral marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions.

This study concludes that the credibility of celebrity endorsers is very good, viral marketing techniques are good and purchasing decisions are increasing, where the credibility of celebrity endorsers and viral marketing are proven to have a positive effect on purchasing decisions. Based on the results of the study, it is suggested that Bittersweet by Najla can choose a celebrity endorser who is credible and in accordance with the image and branding method of Bittersweet by Najla itself, and that Bittersweet by Najla is more creative in doing viral marketing techniques.

**Keywords:** *Celebrity Endorser Credibility, Viral Marketing, Purchase Decision*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Porduk Dessert Box Bittersweet by Najla di Jakarta Utara” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang peneliti hadapi, namun pada akhirnya dapat terselesaikan berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti selama menempuh studi.
3. Kedua orang tua dan keluarga besar peneliti yang senantiasa mendukung, menghibur, dan mendoakan peneliti selama proses penyusunan skripsi.
4. Patrick Vincenzo, Matheas Marcel Sidi, Richie Cristyan, Vivi Silvia, dan Nadia Speransa selaku sahabat terdekat peneliti yang senantiasa memberikan bantuan, dukungan dan hiburan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti sangat





menghargai setiap kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, 13 April 2022

Peneliti

Angella Oktora

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

# DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Batasan Masalah .....	5
D. Batasan Penelitian .....	5
E. Rumusan Masalah .....	5
F. Tujuan Penelitian .....	6
G. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II .....	7
TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Landasan Teoritis .....	7
B. Penelitian Terdahulu .....	14
C. Kerangka Pemikiran .....	17
D. Hipotesis .....	20
BAB III .....	21
METODE PENELITIAN .....	21





A. Obyek Penelitian .....	21
B. Disain Penelitian .....	21
C. Variabel Penelitian .....	23
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	26
E. Teknik Pengumpulan Data .....	27
F. Teknik Analisis Data .....	27
BAB IV .....	35
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	35
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	35
B. Analisis Deskriptif.....	37
C. Hasil Penelitian .....	56
D. Pembahasan .....	58
BAB V .....	60
SIMPULAN DAN SARAN .....	60
A. Simpulan .....	60
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	62
LAMPIRAN .....	64

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu 1 .....	15
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu 2 .....	15
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu 3 .....	16
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu 4 .....	16
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu 5 .....	17
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	23
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel <i>Viral Marketing</i> .....	24
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian .....	25
Tabel 4.1	Profil Responden yang Berdomisili di Jakarta Utara .....	37
Tabel 4.2	Profil Responden yang Pernah Membeli dan Mengonsumsi Produk Dessert Box Bittersweet by Najla Minimal Satu Kali dalam Enam Bulan Terakhir .....	38
Tabel 4.3	Profil Responden yang Memfollow Akun Instagram Bitterswet by Najla .....	38
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	39
Tabel 4.6	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	39
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	40
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Viral Marketing</i> .....	41
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Krputusan Pembelian .....	42
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	43
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Viral Marketing</i> .....	43
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	44
Tabel 4.13	Mean dan Confidence Interval Variabel Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	45
Tabel 4.14	Mean dan Confidence Interval Variabel <i>Viral Marketing</i> .....	47





Tabel 4.15	Mean dan Confidence Interval Variabel Keputusan Pembelian .....	50
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	53
Tabel 4.17	Hasil Uji Normalitas Residual .....	54
Tabel 4.18	Hasil Uji Multikolinearitas .....	54
Tabel 4.19	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55
Tabel 4.20	Uji F .....	55
Tabel 4.21	Pengujian Hipotesis Penelitian .....	56

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Trend Data Pertumbuhan Industri Makanan Minuman.....	2
Gambar 1.2	Platform Media Sosial yang Paling Sering Digunakan .....	3
Gambar 4.1	Logo Bittersweet by Najla.....	36
Gambar 4.2	Produk Bittersweet by Najla.....	37

**© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner .....	64
Lampiran 2	Data Kuesioner (N=150).....	68
Lampiran 3	Hasil Output Validitas Reliabilitas .....	71
Lampiran 4	Hasil Output Analisis Deskriptif .....	74
Lampiran 5	Hasil Output Pengujian Persamaan Regresi Linear Berganda.....	80
Lampiran 6	Hasil Output Pengujian Asumsi Klasik .....	80
Lampiran 7	Hasil Output Uji F .....	81
Lampiran 8	Hasil Output Uji T .....	81
Lampiran 9	Turnitin .....	83

© Hak Cipta Milik IBI KIK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.