

**PENGARUH PERSONAL BRANDING FUJI JIAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MS GLOW WARGA TANJUNG PRIUK**

Disusun Oleh :

Nama : Allisya Augustin Zachrie Banari

NIM : 66180482

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Marketing Communication



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2023

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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

PENGARUH PERSONAL BRANDING FUJI JIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MS GLOW WARGA TANJUNG PRIUK

Diajukan Oleh

Nama : Allisya Augustin Zachrie Banari

NIM : 66180482



Jakarta, Maret 2023

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing,

(Dr. Imam Nuraryo.,S.Sos.,M.A.(Comms))

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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

Allisya Augustin Zachrie Banari / 66180482 / Pengaruh Personal Branding Fuji Jian Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow Warga Tanjung Priuk / Dosen Pembimbing : Dr. Imam Nuraryo, S. Sos., M.A (Comms)

Model TEARS (*trustworthiness, expertise, attractiveness, respect, similarity*) digunakan untuk melihat atau mengukur efektivitas dari penggunaan endorser yang ada di benak masyarakat. Dengan adanya personal branding yang mengikuti model TEARS, maka peneliti dapat mengetahui apakah model TEARS tersebut mempengaruhi keputusan pembelian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh *Trustworthiness* terhadap keputusan pembelian, adakah pengaruh *Expertise* terhadap keputusan pembelian, *Attractiveness* terhadap keputusan pembelian, *Respect* terhadap keputusan pembelian, dan juga *Similarity* terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survey eksplanatori. Dengan menggunakan metode survei eksplanatori, maka kuisisioner merupakan instrumen utama dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk selanjutnya diteleti menggunakan statistik. Dalam penelitian ini kuisisioner digunakan peneliti dalam mengumpulkan data tentang *personal branding* dan keputusan pembelian.

Hasil uji analisis regresi linier sederhana dengan uji F dan uji T. Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi secara simultan (Uji F) didapatkan bahwa F hitung 1,803 dengan signifikansi 0,000. Karena signifikansi (0,000) lebih kecil dari (0,05) maka dapat dikatakan bahwa personal branding berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah TEARS Model dengan atribut, *Trustworthiness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Expertise* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Attractiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Respect* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Similarity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Personal Branding, Keputusan Pembelian, Pengaruh Brand Ambassador dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian, Ms Glow Brand.

ABSTRACT

Allisya Augustin Zachrie Banari / 66180482 / The Influence of Fuji Jian's Personal Branding on Purchasing Decisions Ms. Glow, a resident of Tanjung Priuk /Supervisor : Dr. Imam Nuraryo, S. Sos., M.A (Comms)

The TEARS model (trustworthiness, expertise, attractiveness, respect, similarity) is used to see or measure the effectiveness of using endorsers in the minds of the public. With personal branding that follows the TEARS model, researchers can find out whether the TEARS model influences purchasing decisions.

The purpose of this study is to determine whether there is an effect of Trustworthiness on purchasing decisions, whether there is an influence of Expertise on purchasing decisions, Attractiveness on purchasing decisions, Respect on purchasing decisions, and also Similarity on purchasing decisions.

This study uses quantitative research with explanatory survey methods. By using the explanatory survey method, the questionnaire is the main instrument in collecting the necessary data for further analysis using statistics. In this study, researchers used questionnaires to collect data about personal branding and purchasing decisions.

The test results of simple linear regression analysis with the F test and T test. Based on the results of simultaneous regression coefficient testing (F test) it was found that the F count was 1.803 with a significance of 0.000. Because the significance of (0.000) is less than (0.05) it can be said that personal branding has an effect on purchasing decisions.

The conclusion of this study is that the TEARS Model with attributes, Trustworthiness has a positive and significant effect on purchasing decisions. Expertise also has a positive and significant effect on purchasing decisions. Attractiveness also has a positive and significant effect on purchasing decisions. Respect also has a positive and significant effect on purchasing decisions. Similarity also has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords : Personal Branding, Purchasing Decisions, Influence of Brand Ambassadors and Celebrity Endorsers on Purchasing Decisions, Ms. Glow Brand.





KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan-Nya dan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Tugas Akhir ini dengan baik. Penulisan ini dapat terselesaikan tentu tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan banyak pihak.

Dengan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya.

Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada :

1. Alm. Papa yang ada di surga yang selalu mendukung penulis semenjak beliau masih hidup dan selalu memberikan dorongan positif yang membuat penulis masih bersemangat dalam melanjutkan perkuliahan ini.
2. Dr. Imam Nuraryo.,S.Sos.,M.A.(Comms) selaku dosen Pembimbing yang sudah membantu mengoreksi, memotivasi.
3. Orang tua (mami), lala, bung, oma, orlando dan semua keluarga besar yang selalu memberikan semangat, doa, dorongan serta memotivasi penulis untuk bisa menyelesaikan penulisan ini.
4. Om Semly Saalino dan Tante Rima Patintingan yang telah membantu dengan doa serta memotivasi penulis untuk bisa mendapatkan pendidikan setinggi mungkin.
5. Bapak Gembala dan Ibu Gembala GBI CBM Ganggeng Raya yang selalu memberikan semangat dan selalu memberikan motivasi serta mendoakan.
6. Koko Dhika dan Cici Audrey yang selalu mendorong dan memotivasi serta selalu mendoakan.
7. Seluruh jemaat GBI Ganggeng Raya yang selalu memberikan dukungan positif dan selalu memberikan penulis semangat dalam proses penulisan ini.
8. Sahabat-sahabat penulis yang selalu membantu penulis, dan memberikan semangat kepada penulis sampai akhir.



9. Teman-teman Komunikasi 2018, partisipan penelitian dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat serta dorongan.

10. OIR, yang selalu memberikan dukungan penuh, selalu menjadi tempat sandaran untuk mencurahkan isi hati, dan selalu memberikan waktu untuk selalu menemani.

11. *Last but not least, I want to thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me all the time.*

Penulis sadar bahwa Tugas Akhir ini masih banyak membutuhkan saran dan referensi, maka dari itu penulis dengan senang hati menerima setiap saran dan perbaikan untuk Tugas Akhir. Penulis berharap penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca nantinya. Terima kasih.

Jakarta, Maret 2023

Allisya Augustin Zachrie Banari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
D. Tujuan Masalah	Error! Bookmark not defined.
E. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teoritis	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
E. Pengambilan Sample	Error! Bookmark not defined.
F. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum	Error! Bookmark not defined.
B. Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
C. Koefisien Determinasi (R Square)	Error! Bookmark not defined.



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.



D. Hasil Pembahasan**Error! Bookmark not defined.**

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**Error! Bookmark not defined.**

A. Kesimpulan.....**Error! Bookmark not defined.**

B. Saran**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA**Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN**Error! Bookmark not defined.**

Hak Cipta milik IBI KKG (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 TABEL

Table 2	1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
Table 3	1 Variable Pernyataan X.....	Error! Bookmark not defined.
Table 3	2 Variable Pernyataan Y.....	Error! Bookmark not defined.
Table 3	3 Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Table 4	1 Hasil Uji Validitas TEARS Model	Error! Bookmark not defined.
Table 4	2 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Table 4	3 Hasil Uji Reliabilitas Variable X & Y.....	Error! Bookmark not defined.
Table 4	4 Hasil Analisis Jenis Kelamin Responden	Error! Bookmark not defined.
Table 4	5 Hasil Analisis Usia Responden	Error! Bookmark not defined.
Table 4	6 Hasil Rata-Rata Variable Trustworthiness	Error! Bookmark not defined.
Table 4	7 (Lanjutan) Hasil Rata-Rata Variable Expertise.....	Error! Bookmark not defined.
Table 4	8 (Lanjutan) Hasil Rata-Rata Attractiveness	Error! Bookmark not defined.
Table 4	9 (Lanjutan) Hasil Rata-Rata Respect	Error! Bookmark not defined.
Table 4	10 (Lanjutan) Hasil Rata-Rata Similarity	Error! Bookmark not defined.
Table 4	11 Hasil Rata-Rata Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
Table 4	12 (Lanjutan) Hasil Rata-Rata Pilihan Merek ...	Error! Bookmark not defined.
Table 4	13 (Lanjutan) Hasil Rata-Rata Pilihan Saluran Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
Table 4	14 (Lanjutan) Hasil Rata-Rata Waktu Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
Table 4	15 (Lanjutan) Hasil Rata-Rata Jumlah Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
Table 4	16 Hasil Uji T	Error! Bookmark not defined.
Table 4	17 Hasil Uji F	Error! Bookmark not defined.
Table 4	18 Koefisien Determinasi (R Square).....	Error! Bookmark not defined.



Hak cipta dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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 GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Stimulus Respon.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 2 Model Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 1 Kurva Uji T.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 2 Kurva Uji F.....	Error! Bookmark not defined.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Instititut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Instititut 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 LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra Kuisisioner.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 Pra Kuisisioner.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5 Hasil Coding Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6 Hasil Coding Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 9 Hasil Uji Stimultan F	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 10 Hasil Normalitas	Error! Bookmark not defined.

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



© Hak cipta milik IBI KKG (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.