



PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSER* (SANDRINNA MICHELLE) DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN PRODUK JINISO

Diajukan Oleh :

Nama : Kevin Hermawan

NIM : 21209019

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen
Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 2024

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.

PENGESAHAN

PENGESAHAN

PENGARUH DAYA TARIK *CELEBRITY ENDORSER* (SANDRINNA MICHELLE) DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN PRODUK JINISO

Diajukan Oleh :
Nama : Kevin Hermawan
NIM : 21209019

Jakarta, Maret 2024

Disetujui Oleh :
Dosen Pembimbing


(Rita Eka Setianingsih, S.E, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA
2024
i

C Hak cipta milik IBI KKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Kevin Hermawan / 21209019 / 2024 / Pengaruh Daya Tarik *Celebrity Endorser* (Sandrinna Michelle) dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Produk Jiniso / Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Pada era teknologi yang semakin berkembang pesat, masyarakat dapat dengan mudah berbelanja secara *online*. Berbagai produk di *e-commerce* dengan mudah didapatkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang, membuat sebagian orang menjadi berpikir singkat dalam membeli suatu produk. Melihat fenomena perkembangan teknologi dan berkembang pesatnya penjualan melalui *e-commerce*, menjadi peluang bagi para pelaku bisnis dalam memasarkan produknya di berbagai platform media sosial dan *e-commerce*. Dengan itu para pelaku usaha memanfaatkan selebriti dalam memasarkan produknya, juga dikenal dengan *celebrity endorser* dan memperkuat citra merek pada benak pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini khususnya akan membahas mengenai *celebrity endorser* dan citra merek untuk mengetahui niat beli ulang konsumen terhadap produk Jiniso.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Niat Beli Ulang. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis variabel, yaitu variabel *independent* dan variabel *dependent*. Variabel *independent* dalam penelitian ini merupakan *celebrity endorser* dan citra merek, dan untuk variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah niat beli ulang.

Objek pada penelitian ini adalah produk Jiniso. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada 103 responden yang pernah membeli produk Jiniso dan pernah melihat Sandrinna mempromosikan produk Jiniso. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda. Pengujian dilakukan dengan menggunakan alat bantu *software IBM SPSS statistic* versi 25.

Hasil dari penelitian ini adalah *celebrity endorser* dan Citra Merek terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat beli ulang konsumen produk Jiniso.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah hasil analisis data menunjukkan *celebrity endorser* (Sandrinna Michelle) dan citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat beli ulang konsumen produk Jiniso.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Niat Beli Ulang



ABSTRACT

Kevin Hermawan / 21209019 / 2024 / *The Influence of the Attractiveness of Celebrity Endorser (Sandrinna Michelle) and Brand Image on Consumer Repurchase Intentions for Jiniso Products* / Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

In this era of rapidly developing technology, people can easily shop online. Various products in e-commerce are easily available to meet someone's needs and desires, making some people think briefly about buying a product. Seeing the phenomenon of technological developments and the rapid growth of sales through e-commerce, it is an opportunity for business people to market their products on various social media and e-commerce platforms. With this, business actors use celebrities to market their products, also known as celebrity endorsers and strengthen the brand image in the minds of customers. Therefore, this research will specifically discuss celebrity endorsers and brand image to determine consumers' repurchase intentions for Jiniso products.

The theories used in this research are Celebrity Endorser, Brand Image, and Repurchase Intention. The variables in this research are divided into two types of variables, namely independent variables and dependent variables. The independent variables in this research are celebrity endorser and brand image, and the dependent variable in this research is repurchase intention.

The object of this research is Jiniso products. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 110 respondents who had purchased Jiniso products and had seen Sandrinna promoting Jiniso products. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling approach. The analytical methods used are validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple regression analysis. Testing was carried out using the IBM SPSS statistical software tool version 25.

The results of this research are that celebrity endorsers and brand image are proven to have a positive and significant influence on consumers' repurchase intentions for Jiniso products.

The conclusion in this research is that the results of data analysis show that the celebrity endorser (Sandrinna Michelle) and brand image have a positive and significant influence on consumers' repurchase intentions for Jiniso products.

Keywords: *Celebrity Endorser, Brand Image, and Repurchase Intentions*

1. Penelitian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Penelitian tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
3. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik *Celebrity Endorser* (Sandrinna Michelle) dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Produk Jiniso” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak - pihak yang terkait dalam penyusunan penelitian skripsi ini yang telah memberi dukungan, pengarahan, bimbingan, serta nasihat dan saran selama proses penyusunan skripsi ini.

Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Ibu Rita Eka Setianingsih, SE., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam membimbing serta memberikan pengarahan dari awal penyusunan karya akhir hingga karya akhir ini dapat selesai dengan sangat baik.
2. Bapak Dr.Abdullah Rakhman, M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu mengarahkan serta membimbing proses penyusunan karya akhir ini sehingga berjalan dengan baik.
3. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis dari awal hingga akhir, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya akhir ini.
4. Orang tua penulis, yang telah memberikan segala dukungan baik finansial maupun moral kepada peneliti, serta selalu memberikan doa dan semangat. Sehingga peneliti terbantu dalam menyelesaikan penyusunan karya akhir ini dengan baik.
5. Seluruh teman - teman yang telah membantu, memberikan semangat, motivasi untuk penyusunan karya akhir penulis, sehingga karya akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.



Dengan ini penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam proses penyusunan proposal ini. Maka dari itu, peneliti sangat terbuka akan saran dan masukan yang sekiranya akan diberikan pembaca sebagai bentuk perbaikan. Penulis juga berharap agar laporan ini dapat memberikan manfaat terhadap para pembaca.

Jakarta, Maret 2024

Kevin Hermawan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi 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.....	x
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Penelitian	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teoritis.....	8
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Pemikiran	26
D. Hipotesis	28
BAB III.....	29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© HAK CIPTA DILINDUNGSI UNDANG-UNDANG

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.



METODE PENELITIAN	29
A. Objek Penelitian	29
B. Desain Penelitian	29
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31
D. Teknik Pengambilan Sampel	34
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Teknik Analisis Data	35
BAB IV	42
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
B. Analisis Deskriptif	43
1. Uji Kuesioner	43
2. Analisis Profil Responden	48
3. Analisis deskriptif (Mean dan Rentang Skala)	50
C. Hasil Penelitian	54
1. Uji Asumsi Klasik	54
2. Analisis Regresi Berganda	56
D. Pembahasan	58
BAB V	60
SIMPULAN DAN SARAN	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	25
Tabel 2.2 (Lanjutan).....	26
Tabel 3.1	31
Tabel 3.2	32
Tabel 3.3	33
Tabel 4.1	44
Tabel 4.2	45
Tabel 4.3	46
Tabel 4.4	47
Tabel 4.5	47
Tabel 4.6	47
Tabel 4.7	48
Tabel 4.8	48
Tabel 4.9	49
Tabel 4.10.....	49
Tabel 4.11.....	50
Tabel 4.12.....	51
Tabel 4.13.....	53
Tabel 4.14.....	54
Tabel 4.15.....	55
Tabel 4.16.....	55
Tabel 4.17.....	56
Tabel 4.18.....	56
Tabel 4.19.....	57
Tabel 4.20.....	58

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	2
Gambar 1.2.....	3
Gambar 1.3.....	4
Gambar 2.1.....	27
Gambar 4.1.....	43

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	64
Lampiran 2 : Data Pra – Kuesioner 30 Responden.....	70
Lampiran 3 : Output Uji Validitas dan Reliabilitas	73
Lampiran 4 : Data 110 Responden.....	77
Lampiran 5 : Data Kuesioner 103 Responden Sesuai Kriteria	81
Lampiran 6 : Profil Responden.....	90
Lampiran 7 : Output Analisis Deskriptif	91
Lampiran 8 : Output Uji Normalitas	94
Lampiran 9 : Output Uji Multikolinearitas	94
Lampiran 10 : Output Uji Heterokedastisitas.....	94
Lampiran 11 : Hasil Output Uji Kelayakan (Uji f).....	95
Lampiran 12 : Output Uji Parsial (Uji t).....	95
Lampiran 13 : Output Uji Koefisien Determinasi (R ²)	95
Lampiran 14 : Tabel R	96
Lampiran 15 : Tabel F	97
Lampiran 16 : Tabel T.....	98
Lampiran 17 : Hasil Turnitin	99

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Halaman ini adalah hak cipta milik 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.