

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE* DAN

TESTIMONI TERHADAP MINAT BELI PRODUK PIXY

(Pada Toko Kartini Ende)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH

**RINDA MARDAN
2017410384**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS FLORES

ENDE

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Rinda Mardan

Nim : 2017 410 384

Judul : **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE* DAN
TESTIMONI TERHADAP MINAT BELI PRODUK PIXY**

(Pada Toko Kartini Ende)

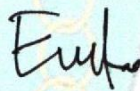
Ende, 05 Agustus 2022

Telah Diujikan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Hyronimus Se, SE.,MM
NIDN: 08 2909 7501


Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 08 1410 9101

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores



Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 08 2507 7101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 05 Agustus 2022



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi
Iriany Dewi Soleiman, SE.,M.Sc
NIDN.08 2603 7001



Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Lambertus Bangga, SE.,M.Sc
NIDN. 08 2507 7101

Tim Penguji:

- | | | |
|----|---|---------|
| 01 | <u>Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc</u>
NIDN : 08 2609 7401 | 1. |
| 02 | <u>Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S.,MM</u>
NIDN: 08 3110 8301 | 2. |
| 03 | <u>Gabriel Tanusi, SE.,M.Si</u>
NIDN. 0827067101 | 3. |
| 04 | <u>Maria Endang Jamu, SE.,MM</u>
NIDN. 08 1410 9101 | 4. |
| 05 | <u>Dr. Hyronimus Se, SE.,MM</u>
NIDN: 08 2909 7501 | 5. |



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul “**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE* DAN *TESTIMONI TERHADAP MINAT BELI PRODUK PIXY*(Pada Toko **Kartini Ende**)” dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 05 Agustus 2022 adalah hasil karya saya.**

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan, pendapat atau pemikir dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian keseluruhan 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 terbukti bahwa ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 05 Agustus 2022
Memberi Pernyataan



Rinda Mardan
2017410384

MOTO

**Habiskanlah jatah gagalmu di usia muda, karena saat kamu tua
kegagalanmu akan di tertawakan.**

By : Rinda Mardan

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, maka dengan rendah hati penulis persembahkan skripsi ini untuk :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa menyertai penulis selama hidup ini.
2. Kedua Orang Tua Tercinta Bapak Anwar Moh. Saleh dan Mama Hamida yang telah melahirkan dan membesarkan penulis serta telah mendukung penulis secara moral dan finansial.
3. Adikku, Jumratul.
4. Dosen pembimbing 1 dan 2 yang telah sabar membimbing penulis.
5. Dosen penguji yang sudah menguji penulis.
6. Yang tercinta sahabat-sahabatku Nova, Eny, Ninis, Fanti, Lestary, Lulu dan Harry yang telah menemani dan memberi semangat pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Rekan-rekan seperjuangan Program Studi Manajemen angkatan 2017 yang senantiasa mendukung, salam sukses untuk kita semua yah..
8. Almamaterku tercinta Universitas Flores Ende.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah S.W.T karna atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Pixy (Pada Toko Kartini Ende)”** guna untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Flores.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis diberi bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara materi serta dorongan, nasihat, saran maupun kritik yang sangat membantu. Untuk itu penulis mengucapkan rasa hormat yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dr. Simon Sira Padji, MA selaku Rektor Universitas Flores beserta jajarannya.
2. Ibu Iriany Dewi Soleiman, SE., M.Sc. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores.
3. Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc. Selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores.
4. Bapak Dr. Hyronimus Se, SE.,MM. Selaku pembimbing satu.
5. Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM. Selaku pembimbing dua
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Flores yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

7. Ayah dan Ibu tercinta serta semua keluarga yang tiada hentinya memberi semangat, doa, dukungan, dan kasih sayang sehingga penulis selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada.
8. Sahabat-sahabatku yang selalu ada di samping dan memberi dorongan dan dukungan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi isi maupun penulisan. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata semoga Allah selalu senantiasa memberikan yang terbaik untuk kita semua. Aamiin.

Ende, Juli 2022

Penulis

Rinda Mardan

NIM.2017410384

ABSTRAK

Rinda Mardan Fakultas Ekonomi, Program Sarjana. Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Pixy (Studi Kasus Toko Kartini Ende)*, Pembimbing I: Hyronimus Se Pembimbing 2 : Maria Endang Jamu

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli produk pixy di toko Kartini Ende.(2) Pengaruh *brand image* terhadap minat beli produk pixy di toko Kartini Ende.(3) Pengaruh kualitas testimoni terhadap minat beli produk pixy di toko Kartini Ende. Penelitian ini menggunakan penelitian kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 60 orang responden konsumen Toko Kartini Ende. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Regresi linear sederhana digunakan untuk uji hipotesis penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *celebrity endorser* berpengaruh parsial dan signifikan terhadap minat beli produk pixy di toko Kartini Ende. Yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,074 > 1,697$) dan nilai signifikan $0,002 < 0,05$ (2) *brand image* berpengaruh parsial dan signifikan terhadap minat beli produk pixy di toko Kartini Ende. Yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,159 > 1,697$) dan nilai signifikan $0,003 < 0,05$ (3) testimoni berpengaruh parsial dan signifikan terhadap minat beli produk pixy di toko Kartini Ende. Yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,077 > 1,697$) dan nilai signifikan $0,003 < 0,05$.

Kata kunci: *Celebrity Endorser, Brand Image, Testimoni, Minat Beli*

ABSTRACT

Rinda Mardan Faculty of Economics, Undergraduate Program. The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Testimonials on Interest in Buying Pixy Products (Case Study of Kartini Ende Store), Advisor I: Hyronimus Se Advisor 2 : Maria Endang Jamu

This study aims to determine (1) the effect of celebrity endorser on interest in buying pixy products at the Kartini Ende store. (2) The effect of brand image on buying interest in pixy products at the Kartini Ende store. (3) The effect of testimonial quality on interest in buying pixy products at the store. Kartini Ende. This study uses causality research using a quantitative approach. The sample in this study were 60 consumer respondents at the Kartini Ende Store. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Simple linear regression was used to test the research hypothesis.

The results of this study indicate that (1) celebrity endorser has a partial and significant effect on buying interest in pixy products at the Kartini Ende store. It is indicated by the value of $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($0.074 > 1.697$) and a significant value of $0.002 < 0.05$ (2) brand image has a partial and significant effect on buying interest in pixy products at the Kartini Ende shop. It is indicated by the value of $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($3.159 > 1.697$) and a significant value of $0.003 < 0.05$ (3) testimonials have a partial and significant effect on buying interest in pixy products at the Kartini Ende shop. As indicated by the value of $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($3,077 > 1,697$) and a significant value of $0,003 < 0,05$.

Keywords: *Celebrity Endorser, Brand Image, Testimonials, Buying Interest*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAU PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Konsep Pemasaran	8
2.2 <i>Celebrity Endorser</i>	9

2.2.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	9
2.2.2 Peran <i>Celebrity</i>	11
2.2.3 Jenis-jenis <i>Endorser</i>	11
2.2.4 Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	12
2.3 <i>Brand Image</i>	13
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	13
2.3.2 Faktor Pendukung <i>Brand Image</i>	14
2.3.3 Pengukuran Citra Merek	15
2.3.4 Indikator <i>Brand Image</i>	15
2.4 Testimoni	17
2.4.1 Pengertian Testimoni	17
2.4.2 Keunggulan Testimoni	17
2.4.3 Fungsi Testimoni	18
2.4.4 Indikator Testimoni	19
2.5 Minat Beli	21
2.5.1. Pengertian Minat Beli Konsumen	21
2.5.2. Tahapan Minat Pembelian	22
2.5.3 Tahapan Dalam Menumbuhkan Minat Beli	23
2.5.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	24
2.5.5 Indikator Minat Beli	26
2.6. Penelitian Terdahulu	26
2.7 Pengembangan Hipotesis	27
2.8 Kerangka Pemikiran	29

2.9 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Lokasi Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel	31
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.4 Definisi Operasional Variabel	32
3.5 Jenis dan Sumber Data	33
3.5.1 Jenis Data	33
3.5.2 Sumber Data	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data	35
3.7 Uji Instrumen Penelitian	36
3.8 Teknik Analisis Data	37
3.9 Uji Asumsi Klasik	37
3.10 Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.11 Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Responden	41
4.2.1 Uji Instrument Penelitian	42
4.2.2 Uji Validitas	43
4.2.3 Uji Reliabilitas	44

4.2.4 Uji Asumsi Klasik	45
4.3 Uji Hipotesis	47
4.3.1 Hipotesis Pertama	47
4.3.2 Hipotesis Kedua	49
4.3.3 Hipotesis Ketiga	50
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	52
4.4.1 Pengaruh Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat BeliProduk Pixy (Studi Kasus Toko Kartini Ende)	52
4.4.2 Pengaruh Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat BeliProduk Pixy (Studi Kasus Toko Kartini Ende)	53
4.4.3 Pengaruh Pengaruh Testimoni Terhadap Minat BeliProduk Pixy (Studi Kasus Toko Kartini Ende)	55
BAB V PENUTUP	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Produk Pixy	3
Tabel 2.1 Tinjauan Atas Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel	32
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.2 Tabel Uji Validitas dan Realibilitas	42
Tabel 4.3. Uji Normalitas Data	45
Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas	46
Tabel 4.5 Uji Heterokedastisitas	47
Tabel 4.6. Hasil Analisis Regresi Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli Produk Pixy (Studi Kasus Toko Kartini Ende)	48
Tabel 4.7. Hasil Koefisien Determinan Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli Produk Pixy (Studi Kasus Toko Kartini Ende)	48
Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat BeliProduk Pixy (Studi Kasus Toko Kartini Ende)	49
Tabel 4.9. Hasil Koefisien Determinan Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli Produk Pixy (Studi Kasus Toko Kartini Ende)	50
Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi Pengaruh Testimoni Terhadap Minat BeliProduk Pixy (Studi Kasus Toko Kartini Ende)	50
Tabel 4.11. Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Pixy (Studi Kasus Toko Kartini Ende)	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	29
Digram 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia.	42