

**PENGARUH *CELEBRITY ENDROSER*, DAN IKLAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *E-COMMERCE*
LAZADA PADA MASYARAKAT KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
Jess Lee
180910050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, DAN IKLAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *E-COMMERCE*
LAZADA PADA MASYARAKAT KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Jess Lee
180910050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Jess Lee
NPM : 180910050
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul :

Pengaruh *Celebrity Endorser*, Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen *E-Commerce* Lazada Pada Masyarakat Kota Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “ duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 15 Januari 2022



Jess Lee
180910050

**“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, DAN IKLAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *E-
COMMERCE LAZADA* PADA MASYARAKAT KOTA
BATAM”**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Jess Lee
180910050**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 15 Januari 2022



**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pada pengaruh celebrity endorser dan iklan terhadap minat beli konsumen e-commerce Lazada pada masyarakat kota Batam. Dalam penelitian ini punya metode analisis menggunakan analisis kuantitatif dan peralatan analisis untuk mendapatkan data dengan melalui penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini menganalisis jumlah sampel sebesar 100 responden untuk menjawab setiap pernyataan kuesioner yang telah disebar untuk mendapatkan data. Pada data yang telah dapat dari penyebaran kuesioner dianalisis dengan bantuan alat yaitu SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versi 25 untuk analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan bertujuan menemukan pengaruh celebrity endorser dan iklan terhadap minat beli konsumen e-commerce Lazada pada masyarakat kota Batam. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel celebrity endorser $3.107 > 1.98472$ dengan sig $0.002 < 0.05$ membuktikan bahwa celebrity endorser berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, iklan $3.235 > 1.98472$ dengan sig $0.002 < 0.05$ membuktikan bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Sedangkan hasil uji F menunjukkan nilai fhitung sebesar $24,834 > 3,09$ dengan sig $0.000 < 0.05$ membuktikan bahwa variabel (X1) celebrity endorser dan variabel (X2) iklan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y) minat beli.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Iklan, Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of celebrity endorsers and advertisements on the buying interest of Lazada e-commerce consumers in the Batam city community. In this study, there is an analytical method using quantitative analysis and analytical tools to obtain data by distributing questionnaires. In this study, a sample size of 100 respondents was analyzed to answer each questionnaire statement that had been distributed to obtain data. The data that has been obtained from distributing questionnaires is analyzed with the help of a tool, namely SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) version 25 for multiple linear regression analysis and hypothesis testing with the aim of finding the effect of celebrity endorsers and advertisements on Lazada e-commerce consumer buying interest in the community. Batam city. The results of the t-test show that the celebrity endorser variable is $3.107 > 1.98472$ with sig $0.002 < 0.05$ proving that celebrity endorser has a positive and significant effect on buying interest, advertising $3.235 > 1.98472$ with sig $0.002 < 0.05$ proves that advertising has a positive and significant effect on buying interest. While the results of the F test show the fcount value of $24.834 > 3.09$ with sig $0.000 < 0.05$ proving that the variable (X1) celebrity endorser and variable (X2) advertising simultaneously have a positive and significant effect on the variable (Y) buying interest.

Keywords: *Celebrity Endorsers, Advertisements, Buying Interest*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. Selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom.Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.
4. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. Selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah memberikan bimbingan, pengarahan yang berharga kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis
6. Kedua orang tua dan seluruh anggota keluarga tercinta yang telah memotivasi penulis dalam pengerjaan skripsi
7. Seluruh teman-teman seperjuangan terutama mahasiswa jurusan manajemen bisnis yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama masa perkuliahan serta dalam masa penyusunan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Partisipasi dan dukungan kepada para responden.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya.

Batam, 15 Januari 2022

Jess Lee
180910050



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.6.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Celebrity Endorser	12
2.1.2 Iklan	14
2.1.3 Minat Beli	16
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.3.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	23
2.3.2 Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen	23
2.4 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Sifat Penelitian.....	25
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	25
3.3.1 Lokasi Penelitian	25
3.3.2 Periode Penelitian	25
3.4 Populasi dan Sampel.....	26
3.4.1 Populasi	26
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	26
3.4.3 Teknik Sampling.....	27
3.5 Sumber Data	28
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.7 Definisi Operasional Variabel	31
3.8 Metode Analisis Data	33

3.8.1 Analisis Deskriptif.....	33
3.9 Uji Hipotesis.....	34
3.9.1 Uji Kualitas Data.....	34
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.9.3 Uji Pengaruh.....	37
3.9.4 Uji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	39
4.2.1 Profil Responden.....	39
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	42
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X1).....	42
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Iklan (X2).....	43
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).....	44
4.4 Analisis Data.....	44
4.4.1 Hasil Uji Kualitas Data.....	44
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.3 Hasil Uji Pengaruh.....	53
4.5 Pengujian Hipotesis.....	56
4.5.1 Uji Parsial (Uji t).....	56
4.5.2 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	58
4.6 Pembahasan.....	58
4.6.1 Pengaruh <i>celebrity endorser</i> terhadap minat beli.....	59
4.6.2 Pengaruh iklan terhadap minat beli.....	60
4.6.3 <i>Celebrity Endorser</i> dan Iklan berpengaruh terhadap Minat Beli.....	60
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	61
4.7.1 Implikasi Teoritis.....	61
4.7.2 Implikasi Praktis.....	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Simpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengunjung <i>E-Commerce</i> Per 2018 - 2020.....	7
Gambar 1.2 Pengunjung <i>E-Commerce</i> Per April – Juni 2021	8
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot).....	50

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1 Periode Penelitian	25
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	30
Tabel 3.3 Operasional Variabel Independen dan Dependen.....	32
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.4 Disribusi Jawaban Responden <i>Celebrity Endorser</i> (X1).....	42
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Repsonden Iklan (X2).....	43
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Minat Beli (Y).....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X1)	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan (X ₂).....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X ₁)	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas Variabel Iklan (X ₂).....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas Variabel Minat Beli (Y)	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Regresi	54
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi (R ²)	56
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	57
Tabel 4.19 Hasil Uji F	58

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Regresi Linear Berganda	37