

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN KREDIBILITAS
CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI PADA
SITUS BELANJA *ONLINE* SHOPEE**

SKRIPSI

Diajukan kepada :

Universitas Pendidikan Ganesha

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**



Oleh

Riskha Khairun Nisa

NIM 1717041032

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2021

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

Menyetujui,

Pembimbing I,



Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si
NIP. 197611102014042001

Pembimbing II,



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si
NIP.198502202010121007

Skripsi oleh Riskha Khairun Nisa ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 11 Juni 2021

Dewan Penguji,



Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

(Ketua)



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si
NIP.198502202010121007

(Anggota)



Rahutama Atidira, S.T., M.M.
NIP.198805032018031001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 11 Juni 2021

Mengetahui

Ketua Ujian



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP.196810291993032001

Sekretaris Ujian



Komang Krista Heryanda, S.E., M.M.
NIP.198309212015041001



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP.197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kredibilitas *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja *Online* Shopee” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara tidak yang tidak sesuai etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 19 Juli 2021
Yang membuat pernyataan



Riskha Khairun Nisa
NIM. 1717041032

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT, karena berkat rahmat dan karunianya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kredibilitas *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli Pada Situs Blanja *Online Shopee*”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, arahan, serta bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E, M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
5. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E, M.Si. selaku Pembimbing I yang senantiasa mendampingi, membimbing, memberikan motivasi, penuh tanggung jawab dan semangat mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Pembimbing II yang dengan segala kesabaran dan semangat dalam memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen, Kepala Tata usaha serta staf di Jurusan Manajemen yang selalu mendidik dan memberikan saran selama penulis belajar di Program Studi Manajemen.
8. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.

9. Kedua orang tua saya, saudara dan seluruh keluarga saya yang selalu memberikan perhatian, motivasi, dukungan serta doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada Ema, Uswah, Novia, Nurul dan Telaga serta Bts, Bright Vachirawit, Win Metawin yang memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2017
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
13. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for just being me at all times.*

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Karangasem, 11 Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Perumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI.....	8
2.1. Deskripsi Teoritis.....	8
2.1.1. Deskripsi Teori Minat Beli.....	8
2.1.2. Deskripsi Teori Strategi Pemasaran.....	10
2.1.3. Deskripsi Teori Kredibilitas <i>Celebrity Endorsement</i>	15
2.2. Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	17
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	21
2.3.1. Hubungan Strategi Pemasaran dan Kredibilitas <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Minat Beli	21
2.3.2. Hubungan Strategi Pemasaran terhadap Minat Beli.....	22
2.3.3. Hubungan Kredibilitas <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Minat Beli.....	22
2.4. Kerangka Berpikir	23
2.5. Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.2. Rancangan Penelitian	26
3.3. Subjek dan Objek Penelitian.....	27
3.4. Populasi dan Sampel	27
3.5. Metode Pengumpulan data	28
3.5.1. Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	28
3.5.2. Instrumen Pengumpulan Data	30
3.6. Metode dan Teknik Analisis Data.....	31
3.6.1. Uji Instrumen.....	31
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.6.4. Hipotesis Statistik	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Deskripsi data	41
4.2. Pengujian Asumsi	43
4.3. Analisis Regresi Linier Berganda	46
4.4. Pengujian Hipotesis.....	50
4.4.1. Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kredibilitas <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Minat Beli pada Situs Belanja <i>Online</i> Shopee	50
4.4.2. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Minat Beli pada Situs Belanja <i>Online</i> Shopee.....	50
4.4.3. Pengaruh Kredibilitas <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Minat Beli pada Situs Belanja <i>Online</i> Shopee	51
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian	51
4.5.1. Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kredibilitas <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Minat Beli pada Situs Belanja <i>Online</i> Shopee.....	51
4.5.2. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Minat Beli pada Situs Belanja <i>Online</i> Shopee.....	52

4.5.3. Pengaruh Kredibilitas <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Minat Beli pada Situs Belanja <i>Online</i> Shopee	52
4.6. Keterbatasan penelitian	53
4.7. Implikasi	53
BAB V PENUTUP	56
5.1. Rangkuman	56
5.2. Simpulan	57
5.3. Saran	58
DAFTAR RUJUKAN	59
LAMPIRAN	63



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Peningkatan Situs Belanja <i>Online</i>	2
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Konsep Variabel, Dimensi, Indikator dan Skala Pengukuran	29
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	32
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	33
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	34
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Sampel Besar	34
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinieritas	45
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Paradigma Penelitian Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kredibilitas <i>Celebrity Endorsment</i>	24
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik Histogram <i>P-plot</i>	44
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heterokedastisitas Menggunakan <i>Scatterplot</i> ..	46
Gambar 4.3 Struktur Hubungan Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kredibilitas <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja <i>Online Shopee</i>	48



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Data Persentase Pengguna Aplikasi Belanja <i>Online</i> di Indonesia	63
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	64
Lampiran 3 Gambaran Umum Responden	67
Lampiran 4 Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Kecil	72
Lampiran 5 Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Besar	75
Lampiran 6 Daftar Nilai <i>R-tabel</i> Signifikansi 5% dan 1%	84
Lampiran 7 Hasil <i>Output</i> Perhitungan SPSS22 <i>For Windows</i> Strategi Pemasaran (X_1), Kredibilitas <i>Celebrity Endorsement</i> (X_2), dan Minat Beli (Y)	85

