

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN DESAIN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK: STUDI  
PADA KONSUMEN PRODUK *FASHION* DI DKI JAKARTA**

**AZZAH AQILAH**

**1705618013**



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2022**

***THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER AND PRODUCT DESIGN ON  
PURCHASE DECISION IN MEDIATION BY BRAND IMAGE: A STUDY ON  
CONSUMERS OF FASHION PRODUCTS IN DKI JAKARTA***

**AZZAH AQILAH**

**1705618013**



***This thesis was written to comply one of the requirements to get a Bachelor's  
Degree of Management at Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta***

***Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa***

***MANAGEMENT STUDY PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMY***

***UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

***2022***

## ABSTRAK

**Azzah Aqilah: Pengaruh *celebrity endorser* dan desain produk terhadap keputusan pembelian dimediasi oleh citra merek: studi pada konsumen produk *fashion* di DKI Jakarta. Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M. dan M. Edo S Siregar, S.E., M.B.A.**

Tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh positif dan signifikan *Celebrity Endorser* dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dimediasi oleh Citra Merek. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan survei melalui kuesioner yang disebarakan secara *online*. Objek penelitian ini adalah responden yang pernah melakukan pembelian produk Erigo Apparel serta responden merupakan masyarakat yang berdomisili di DKI Jakarta. Terdapat 237 responden yang dianalisis menggunakan SPSS versi 23 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari software LISREL 8.8 untuk mengelola data dan menganalisis data hasil penelitian. Hasil pada penelitian ini menunjukkan *Celebrity Endorser*, Desain Produk, dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Serta, *Celebrity Endorser* dan Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek

**Kata Kunci:** Citra Merek, *Celebrity Endorser*, Desain Produk, Keputusan Pembelian.

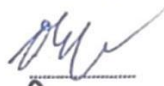




## **ABSTRACT**

***Azzah Aqilah: The influence of celebrity endorsers and product design on purchasing decision in mediated by brand image: a study on consumers of fashion products in DKI Jakarta. Thesis, Jakarta: Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory Team: Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M. and M. Edo S Siregar, S.E., M.B.A.***

*The purpose of writing this study is to test the positive and significant effect of Celebrity Endorsers and Product Design on Purchasing Decisions mediated by Brand Image. The data collection method in this study used a survey through a questionnaire that was distributed online. The object of this study is respondents who have purchased Erigo Apparel products and respondents are people domiciled in DKI Jakarta. There were 237 respondents who were analyzed using SPSS version 23 and SEM (Structural Equation Model) from LISREL 8.8 software to manage data and analyze research data. The results of this study show that Celebrity Endorsers, Product Design, and Brand Image have a positive and significant effect on Purchasing Decisions. Also, Celebrity Endorser and Product Design have a positive and significant effect on Purchasing Decisions through Brand Image*

***Keywords: Brand Image, Celebrity Endorser, Product Design, Purchase Decision.***

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Osly Usman, SE., M.Bus NIP. 197401152008011008 (Ketua Sidang)		5 Desember 2022
2	Andi Muhamad Sadat, SE, M.Si., Ph.D NIP. 197412021200812001 (Penguji 1)		7 Desember 2022
3	Rahmi, SE, M.S.M NIP. 198305012018032001 (Penguji 2)		1 Desember 2022
4	Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M. NIP. 197404162006041001 (Pembimbing 1)		8 Desember 2022
5	M. Edo S Siregar, S.E., M.B.A NIP. 197201252002121002 (Pembimbing 2)		8 Desember 2022

Nama : Azzah Aqilah  
No. Registrasi : 1705618013  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tanggal Lulus : 14 November 2022

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 16 Desember 2022

Yang membuat pernyataan,



**Azzah Aqilah**

1705618013

# LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Azzah Aqilah  
NIM : 1705618013  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen  
Alamat email : azzhaqlh@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian  
Dimediasi oleh Citra Merek: Studi pada Konsumen Produk *Fashion* di DKI Jakarta**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 31 Desember 2022

Penulis

Azzah Aqilah

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada peneliti dalam menyelesaikan penyusunan Skripsi ini. Skripsi ini dibuat berdasarkan ilmu yang telah peneliti dapatkan selama di Universitas Negeri Jakarta. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti didukung dari beberapa pihak, maka dari itu pada kesempatan kali ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Suharno dan Mulyaningsih selaku Orang Tua yang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan cinta yang selalu diberikan kepada peneliti.
2. Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof. Dr. Suherman, M. Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
4. Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan ilmu yang berharga dan meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu peneliti dalam menyusun Skripsi ini.
5. M. Edo S Siregar, S.E., M.B.A selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan ilmu yang berharga dan meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu peneliti dalam menyusun Skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Gendis, Mentik, Zian, dan Rara selaku keponakan peneliti yang selalu membuat peneliti terhibur selama proses penyusunan Skripsi.
8. Keluarga Darto Squad selaku keluarga besar peneliti yang memberikan dukungan selama proses penyusunan Skripsi.



9. Fitri, Efin, Anggi, Dede, dan Bagus selaku teman-teman peneliti yang selalu hadir untuk menghibur dan memberikan dukungan kepada peneliti selama proses penyusunan Skripsi.
10. Rita Liana, Fitri Wulandari dan Eva Anggun selaku sahabat peneliti yang selalu menyemangati, menghibur serta memberikan dukungan kepada peneliti selama proses penyusunan Skripsi.
11. Teman-teman S1 Manajemen 2018 yang memberikan suatu informasi, saran dan dukungan terhadap penyusunan Skripsi.

Semoga Skripsi ini dapat berguna, khususnya bagi peneliti dan umumnya bagi pembaca. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang dimiliki. Akhir kata, peneliti ucapkan terima kasih.

Jakarta, 30 Juni 2022

Azzah Aqilah

*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori .....	10
2.1.1 <i>Celebrity Endorser</i> .....	10
2.1.2 Desain Produk.....	12
2.1.3 Citra Merek.....	14
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	16
2.2. Hasil Penelitian yang Relevan.....	19
2.3. Kerangka Teoritik.....	30
2.3.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Citra Merek .....	30
2.3.2 Pengaruh Desain Produk terhadap Citra Merek .....	30
2.3.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.4 Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	32

2.3.6 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek.....	33
2.3.7 Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek.....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian .....	36
3.2. Metode Penelitian.....	36
3.3. Populasi dan Sampel .....	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel .....	37
3.4. Penyusunan Instrumen.....	38
3.4.1 Variabel Penelitian.....	38
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.5.1 Skala Pengukuran .....	40
3.6. Teknik Analisis Data .....	41
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	42
3.6.2 Uji Validitas.....	43
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	43
3.6.4 Uji Kesesuaian Model.....	44
3.6.5 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	46
3.6.6 Uji Hipotesis .....	47
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Deskripsi Data .....	48
4.2 Analisis Data .....	51
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	51
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
4.2.3 Uji Kesesuaian Model.....	59
4.2.4 <i>Full Model SEM</i> .....	63
4.2.5 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	64
4.2.6 Uji Hipotesis .....	66

BAB V PENUTUP.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Implikasi .....	74
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	76
5.4 Saran Penelitian.....	76
5.4.1 Saran Praktis .....	76
5.4.2 Saran Teoritik .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	79
LAMPIRAN.....	86



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*