

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* ABIDZAR AL-GHIFARI
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *BRAND
IMAGE* PADA FILM *REMAKE "A BUSINESS PROPOSAL"***

Fitri Hikmah Sufiah

1707621067



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

**THE INFLUENCE OF ABIDZAR AL-GHIFARI'S PERSONAL
BRANDING ON PURCHASE INTENTION THROUGH BRAND
IMAGE IN THE FILM REMAKE "A BUSINESS PROPOSAL"**

Fitri Hikmah Sufiah

1707621067



**This thesis is compiled as one of the requirements to obtain a Bachelor's
degree at the Faculty of Economics and Business, Jakarta State University.**

BUSINESS EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

JAKARTA STATE UNIVERSITY

2025

ABSTRAK

Fitri Hikmah Sufiah, 1707621067, Pengaruh *Personal branding* Abidzar Al-Ghifari Terhadap *Purchase intention* Melalui *Brand image* Pada Film Remake "A Business Proposal". Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *personal branding* Abidzar Al-Ghifari terhadap *purchase intention* melalui *brand image* pada film remake A Business Proposal. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik pendekatan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner dengan platform Google Formulir dengan skala Likert 6 poin yang disebarluaskan secara daring kepada 220 responden, dengan kriteria. masyarakat berusia 17-35 Tahun, masyarakat yang berdomisili di Daerah Khusus Jakarta, masyarakat yang mengetahui film remake A Business Proposal, masyarakat yang mengetahui Abidzar Al-Ghifari sebagai pemeran utama dalam film remake A Business Proposal, dan masyarakat yang aktif dalam menggunakan media sosial Analisis data ini dilakukan dengan menggunakan uji *inners models*, uji *outer models*, dan uji hipotesis dengan bantuan software SEM-PLS. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*. *Personal branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Serta, *personal branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* melalui *brand image*. Hasil temuan penelitian ini memberikan pandangan yang penting dalam strategi pemasaran, terutama dalam penggunaan *personal branding* yang efektif dalam menciptakan *brand image* yang positif dan kuat untuk meningkatkan *purchase intention* masyarakat dalam dunia perfilman di Indonesia.

Kata Kunci: *Personal branding, Brand image, Purchase intention, Film Indonesia, Film Remake*

ABSTRACT

Fitri Hikmah Sufiah, 1707621067, The Influence of Abidzar Al-Ghifari's Personal branding on Purchase intention Thru Brand image in the Remake Film "A Business Proposal". Thesis, Jakarta: Bachelor of Business Education Study Program, Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta, 2025.

This study aims to determine whether there is a positive and significant influence of Abidzar Al-Ghifari's personal branding on purchase intention thru brand image in the remake film A Business Proposal. This type of research is quantitative research with a survey approach. The sampling technique used is the purposive sampling approach. Data collection was carried out using a questionnaire instrument on the Google Forms platform with a 6-point Likert scale, which was distributed online to 220 respondents. The criteria for the respondents were: individuals aged 17-35 years, residents of the Special Region of Jakarta, individuals who were aware of the remake film A Business Proposal, individuals who knew Abidzar Al-Ghifari as the main actor in the remake film A Business Proposal, and individuals who were active on social media. This data analysis was conducted using inner models testing, outer models testing, and hypothesis testing with the assistance of SEM-PLS software. The results of the study indicate that personal branding has a positive and significant influence on brand image. Personal branding has a positive and significant influence on purchase intention. Brand image has a positive and significant influence on purchase intention. Additionally, personal branding has a positive and significant influence on purchase intention thru brand image. The findings of this study provide important insights for marketing strategies, particularly in the effective use of personal branding to create a positive and strong brand image and increase public purchase intention in the Indonesian film industry.

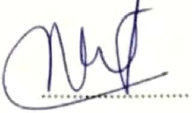
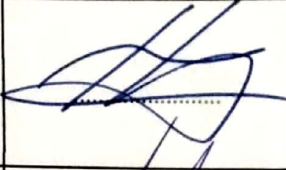
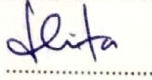
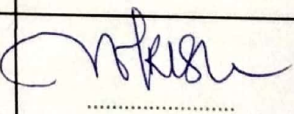
Keywords: Personal branding, Brand image, Purchase intention, Indonesian Film, Film Remake

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
NIP 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Nadya Fadillah Fidyallah, S.Pd., M.Pd</u> NIP 199302202019032022 (Ketua Sidang)		14 Jan 2026
2	<u>Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han.</u> NIP 199504122023212041 (Penguji 1)		14 Jan 2026
3	<u>Bagus Kharismawan, S.Si., M.A.B</u> NIP 199110212024061001 (Penguji 2)		8 Jan 2026
4	<u>Dita Puruwita, S. Pd., M. Si., Ph.D.</u> NIP 198209082010122004 (Pembimbing 1)		14 Jan 2026
5	<u>Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A</u> NIP 199111022022032013 (Pembimbing 2)		14 Jan 2026

Nama : Fitri Hikmah Sufiah
No. Registrasi : 1707621067
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 5 Desember 2025

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

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

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

Jakarta, 23 Januari 2026



Fitri Hikmah Sufiah

NIM. 1707621067



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: 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 : Fitri Hikmah Sufiah
NIM : 1701621067
Fakultas/Prodi : FEB / Pendidikan Bisnis
Alamat email : fitrihkmh.14@gmail.com

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

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

yang berjudul :

Pengaruh Personal Branding Abdzar Al-Ghifari terhadap Purchase
Intention melalui Brand Image pada Film Remake "A Business
Proposal"

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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 , 28 Januari 2026

Penulis

(Fitri Hikmah Sufiah)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat memulai dan menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul Pengaruh *Personal branding* Abidzar Al-Ghifari Terhadap *Purchase intention* Melalui *Brand image* Pada Film Remake "*A Business Proposal*", yang diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana di Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta
2. Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D, selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing I, yang dengan penuh kesabaran meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan arahan, masukan, dan motivasi yang sangat ebrarti kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah dengan penuh kesabaran meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan arahan, masukan, dan motivasi yang sangat ebrarti kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen, tenaga kependidikan, serta keluarga besar Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bantuan, serta dukungan selama penulis menempuh perkuliahan hingga menyelesaikan studi.
5. Kedua orang tua peneliti, Bapak Sudarno dan Ibu Sutriyani yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan motivasi yang tiada henti di setiap langkah penulis. Tiada hari tanpa dukungan yang tulus, serta

pengorbanan yang tak terhitung demi keberhasilan putri pertamanya untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Saudara peneliti, Ahmad Hamizan Al-Kahfi dan Azzahra Medina Silfiyah yang selalu menjadi salah satu sumber semangat dan teman peneliti. Dukungan, hiburan, dan perhatian yang diberikan telah menjadi penguat peneliti sehingga membantu penulis melewati proses penyusunan skripsi dengan lebih ringan.
7. Fadilla Puspita, Azzaky, Miranda Nur, Pipit, Teman-teman KOPMA 21, dan Teman-teman seperjuangan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu, meramaikan, dan mewarnai perjalanan peneliti dalam menyelesaikan studi dan skripsi peneliti.
8. Terakhir, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada diri sendiri, Fitri Hikmah Sufiah, yang telah berjuang, berusaha, dan bertahan hingga saat ini dalam melewati setiap tantangan dalam proses penyusunan skripsi ini dengan penuh kesungguhan dan keikhlasan. Terima kasih untuk tidak menyerah meskipun banyak rintangan yang harus dihadapi. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa usaha tidak pernah sia-sia, serta menjadi langkah awal untuk masa depan yang lebih baik.

Skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya oleh penulis, namun penulis menyadari bahwa masih terdapat keterbatasan dalam penulisannya. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun guna perbaikan pada penelitian selanjutnya agar dapat menghasilkan karya yang lebih baik.

Jakarta, 19 September 2025

Mahasiswa

Fitri Hikmah Sufiah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoretis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 <i>Purchase intention</i>	16
2.1.2 <i>Personal branding</i>	18
2.1.3 <i>Brand image</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26

2.3 Hubungan antar variabel	33
2.3.1 <i>Personal branding</i> dan <i>Brand image</i>	33
2.3.2 <i>Personal branding</i> dan <i>Purchase intention</i>	34
2.3.3 <i>Brand image</i> dan <i>Purchase intention</i>	36
2.3.4 <i>Personal branding</i> dan <i>Purchase intention</i> melalui <i>Brand image</i>	37
2.4 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	38
2.4.1 Kerangka Teori	38
2.4.2 Pengembangan Hipotesis	39
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	40
3.1.1 Waktu Penelitian	40
3.1.2 Tempat Penelitian	40
3.2 Desain Penelitian	41
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel	42
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Teknik Analisis Data	51
BAB 4 PEMBAHASAN	59
4.1 Deskripsi Data	59
4.1.1 Profil Responden	59
4.1.2 Profil Data	61
4.2 Hasil Penelitian	69

4.3 Pembahasan	85
BAB 5 KESIMPULAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Implikasi	93
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	96
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	108



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penonton Film Indonesia	2
Gambar 1.2 Poster Film A Business Proposal versi Indonesia.....	7
Gambar 1.3 Rating Film A Busines Proposal versi Indonesia.....	11
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	39



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Film Remake Indonesia	4
Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	40
Tabel 3.2 Indikator Personal branding	45
Tabel 3.3 Indikator <i>Brand image</i>	47
Tabel 3.4 Indikator Purchase intention	49
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Domisili	60
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Purchase intention</i>	61
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Personal branding	64
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Brand image	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Convergent Validity	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Nilai Cross Loading	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Nilai Akar AVE	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Composite Reliability	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Nilai AVE	76
Tabel 4.13 Hasil Uji R-Square	77
Tabel 4.14 Hasil Uji F-Square	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Q-Square	79
Tabel 4.16 Hasil Uji Nilai VIF	80
Tabel 4.17 Hasil Uji Model Fit	81
Tabel 4.18 Uji Hipotesis Berdasarkan Path Coefficient	82
Tabel 4.19 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian	108
Lampiran 2 Tabulasi Profil Data Reseponden	113
Lampiran 3. Data Hasil Kuesioner Responden\.....	119
Lampiran 4 Hasil Turnitin Skripsi	133
Lampiran 5. Riwayat Hidup Penulis	134

