



**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN  
*BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI PADA PENGGUNA  
APLIKASI DANA**

**SKRIPSI**

**FAWWAZ AL AZIZ 1710111202**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**



**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN  
*BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI PADA PENGGUNA  
APLIKASI DANA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**FAWWAZ AL AZIZ 1710111202**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fawwaz Al Aziz

NIM : 1710111202

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Depok, 9 Juli 2021

Yang menyatakan,



(Fawwaz Al Aziz)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fawwaz Al Aziz  
NIM : 1710111202  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Pengguna  
Aplikasi DANA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Depok  
Pada Tanggal : 9 Juli 2021

Yang menyatakan,

  
Fawwaz Al Aziz



**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**  
**SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

Hari ini Kamis tanggal 9 bulan Juli 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :




Nama : Fawwaz Al Aziz

NIM : 1710111202

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :  
“ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP MINAT BELI PADA PENGGUNA APLIKASI DANA”  
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

**Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih S. Mangabarani. M.Si	Ketua Penguji	
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Penguji I	
3	DRA. A. Bernadin Dwi M,MM,CPM	Penguji II **)	

**Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 9 Juli 2021  
Mengesahkan  
A.n. Dekan  
Kepala Program Studi  
Manajemen Program Sarjana



Wahyudi.,SE.,MM

# ***Analysis of The Influence of Celebrity Endorsements and Brand Image on Buying Interest in DANA Application Users***

***By Fawwaz Al Aziz***

## ***Abstract***

*DANA Dompot Digital is an e-wallet company originating from Indonesia and developed by a startup company that already has an Indonesian legal entity carried out by young Indonesian programmers. DANA's role as a new competitor in digital-based wallet applications in Indonesia immediately showed its courage to be a pioneer of digital-based wallet applications in Indonesia. The purpose of the study was to find out the effect of Celebrity Endorsement and Brand Image on buying interest in Dana Application users. The population in this study were UPN Veterans Jakarta students majoring in Management S1 Class of 2017. This study used a total sample of 50 people by calculating the use of the Roscoe formula. The data obtained in this study are primary data, namely through the distribution of questionnaires or questionnaires through the g-form. The data analysis technique that will be carried out in this research is quantitative data analysis technique using statistical methods. The statistical method used is Partial Least Square (PLS). The test results show that (1) Celebrity Endorsements have a positive and significant effect on buying interest of UPN Veteran Jakarta students/I and (2) Brand Image has a positive and significant impact on buying interest of UPN Veteran Jakarta students.*

***Keywords:*** *Celebrity Endorsement, Brand Image and Buying Interest*

# **Analisis Pengaruh *Celebrity Endorsement* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Aplikasi DANA**

**Oleh Fawwaz Al Aziz**

## **Abstrak**

DANA Dompet Digital adalah salah satu perusahaan *e – wallet* yang berasal dari Indonesia dan dikembangkan oleh perusahaan *startup* yang sudah memiliki badan hukum Indonesia yang dilakukan oleh para *programmer* muda Indonesia. DANA berperan sebagai pesaing baru pada aplikasi dompet berbasis digital di Indonesia langsung menunjukkan keberaniannya untuk sebagai pioneer aplikasi dompet berbasis digital yang berada di Indonesia. Tujuan penelitian ialah untuk mencari tahu pengaruh *Celebrity Endorsement* dan *Brand Image* terhadap Minat beli pada pengguna Aplikasi Dana. Populasi pada penelitian ini ialah mahasiswa dan mahasiswi UPN Veteran Jakarta Jurusan S1 Manajemen Angkatan 2017. Penelitian ini menggunakan total sample yang mencapai 50 orang dengan perhitungan penggunaan rumus Roscoe. Data yang diperoleh pada penelitian ini yakni data primer, yaitu melalui cara penyebaran kuesioner atau angket melalui *g-form*. Teknik analisis data yang akan dikerjakan dalam penelitian ini ialah Teknik analisis data kuantitatif dengan menggunakan metode statistic. Metode statistic yang digunakan adalah *Partial Least Square (PLS)*. Hasil pengujian diperoleh hasil (1) *Celebrity Endorsement* memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli mahasiswa/I UPN Veteran Jakarta dan (2) *Brand Image* memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli mahasiswa/I UPN Veteran Jakarta.

**Kata Kunci:** *Celebrity Endorsement*, *Brand Image* dan Minat Beli

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI PADA PENGGUNA APLIKASI DANA**

*Diarsipkan dan disusun oleh:*

**FAWWAZ AL AZIZ      1710111202**

**Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal: 9 Juli 2021 dan  
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Dr. Alfatih S. Mangabarani. M.Si**

**Ketua Penguji**



**Jenji Gunaedi Argo, SE,MM**  
**Penguji I**



**DRA. A. Bernadin Dwi**  
**M,MM,CPM**  
**Penguji II**



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara**  
**S.E.,Ak.,M.Ak., CA., CRSs**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis**



**Wahyudi, SE.,MM**  
**Ketua Program Studi Manajemen  
Program Sarjana**



## PRAKATA

Segala syukur dan puji hanya bagi Allah Swt, oleh karenanya anugerah-Nya yang melimpah. Kemurahan, dan kasih setia yang besar, hingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Judul pada penelitian skripsi ini adalah “**Analisis Pengaruh *Celebrity Endorsement* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Aplikasi Dana**”. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada ibu Dr. Dianwicaksih Ariefiara, SE., Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta kemudian ibu Dr. Desmintari, S.E., M.M selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan Bapak Wahyudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, serta Ibu Dra. A. Bernadin Dwi M, M.M selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dra. Lina Aryani, MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan maupun arahan selama penelitian ini berjalan. Serta kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberikan bimbingan akademik bagi penulis selama perkuliahan.

Disamping itu, ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada orang tua tercinta, Bapak Marwan dan Ibu Maryati serta adik dan sodara saya Almira, Naufal dan Putrti yang telah memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini dan orang spesial yang tiada hentinya memberikan do’a dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi, serta teman – teman Manajemen S1 angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat saya bagi kalian yang telah membantu dan mendukung selama penulisan skripsi ini.

Depok, 9 Juli 2021



Fawwaz Al Aziz

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....			<b>i</b>
PRAKATA .....			viii
DAFTAR ISI.....			ix
DAFTAR TABEL.....			xii
DAFTAR GAMBAR .....			xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....			xiv
BAB I PENDAHULUAN.....			1
I.1	Latar		Belakang
.....			<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
I.2	Rumusan		Masalah
.....			<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
I.3	Tujuan		Penelitian
.....			<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
I.4	Manfaat		Penelitian
.....			<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
BAB	II	TINJAUAN	PUSATAKA
.....			<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
II.1	Landasan		Teori
.....			<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
II.1.1			Pemasaran
.....			<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
II.1.2	Minat		Beli

.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

II.1.3 *Celebrity* *Endorsement*

.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

II.1.4 *Brand* *Image*

.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

II.3 Model Penelitian

.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

II.3.1 Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Minat Beli

.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

II.3.2 Pengaruh *Brand Image* Terhadap Minat Beli

.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

II.3.3 Model Penelitian Empiris

.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

II.4 Hipotesis

.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

BAB III METODE PENELITIAN

.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

III.1.1 Definisi Operasional  
..... **Err**

**or! Bookmark not defined.**

III.1.2 Pengukuran Variabel  
..... **Err**

**or! Bookmark not defined.**

III.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel  
..... **Err**

**or! Bookmark not defined.**

III.2.1 Populasi  
..... **Err**

**or! Bookmark not defined.**

III.2.2 Sampel  
..... **Err**

**or! Bookmark not defined.**

III.3 Teknik Pengumpulan Data  
..... **Err**

**or! Bookmark not defined.**

III.3.1 Jenis Data  
..... **Err**

**or! Bookmark not defined.**

III.3.2 Sumber Data  
..... **Err**

**or! Bookmark not defined.**

III.3.3 Pengumpulan Data  
..... **Err**

**or! Bookmark not defined.**

III.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis  
..... **Err**

**or! Bookmark not defined.**

III.4.1	Teknik	Analisis	Data
.....			
<b>Err</b>			
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
III.4.1.1		Analisis	Deskriptif
.....			
<b>Err</b>			
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
III.4.1.2		Analisis	Inferensial
.....			
<b>Err</b>			
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
III.4.1.3	<i>Partial</i>	<i>Least</i>	<i>Square (PLS)</i>
.....			
<b>Err</b>			
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
III.4.2	Uji	Validitas	dan Uji Reliabilitas
.....			
<b>Err</b>			
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
III.4.2.1		Uji	Validitas
.....			
<b>Err</b>			
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
III.4.2.2		Uji	Reliabilitas
.....			
<b>Err</b>			
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
III.4.3		Uji	Hipotesis
.....			
<b>Err</b>			
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
III.4.3.1	Uji	Signifikan	(Uji T)
.....			
<b>Err</b>			
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
III.4.3.2	Uji	Koefisien	Determinasi ( $R^2$ )
.....			
<b>Err</b>			
<b>or! Bookmark not defined.</b>			
III.5		Kerangka	Pemikiran

.....					<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>					
BAB	IV	HASIL	DAN	PEMBAHASAN	
.....					<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>					
IV.1	Deskripsi	Objek	Penelitian	Hasil	
.....					<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>					
IV.2	Deskripsi	Data	Penelitian		
.....					<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>					
IV.3	Teknik	Analisis	Data		
.....					<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>					
IV.3.1		Analisis		Deskriptif	
.....					<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>					
IV.3.2		Analisis		Inferensial	
.....					<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>					
IV.3.2.1	Model	Pengukuran	( <i>Outer</i>	<i>Model</i> )	
.....					<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>					
IV.3.2.2	Evaluasi	<i>Goodness</i>	<i>of</i>	<i>fit</i>	
.....					<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>					
IV.4				Pembahasan	
.....					<b>Err</b>
<b>or! Bookmark not defined.</b>					
IV.4.1	Pengaruh	<i>Celebrity</i>	<i>Endorsement</i>	Terhadap	Minat Beli ( $H_1$ )
.....					<b>Err</b>

**or! Bookmark not defined.**

IV.4.2 Pengaruh *Brand Image* Terhadap Minat Beli (H<sub>2</sub>)  
.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

IV.5 Keterbatasan Penelitian  
.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN  
.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

V.1 Simpulan  
.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

V.2 Saran  
.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA  
.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

RIWAYAT HIDUP  
.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN  
.....**Err**

**or! Bookmark not defined.**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya Penelitian .....	16
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	23
Tabel 3. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala .....	26
Tabel 4. Kisi – Kisi Instrumen .....	27
Tabel 5. Interpretasi Nilai Presentase Responden.....	28
Tabel 6. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	35
Tabel 7. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 8. Data Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan DANA.....	39



Tabel 9. Data Responden Berdasarkan Usia .....	40
Tabel 10. Data Responden Berdasarkan Pendapatan Uang Saku .....	40
Tabel 11. Data Responden Berdasarkan Layanan DANA Yang Sering Digunakan .....	41
Tabel 12. Interpretasi Loading Factor .....	42
Tabel 13. Nilai Loading Factor Minat Beli .....	43
Tabel 14. Nilai Loading Factor Celebrity Endorsement .....	44
Tabel 15. Nilai Loading Factor Brand Image .....	45
Tabel 16. Fornell – Lacker Criterium .....	47
Tabel 17. Average Variance Extracted (AVE) .....	48
Tabel 18. Composite Reliability (CR) .....	49
Tabel 19. Cronbach Alpha .....	50
Tabel 20. R Square .....	50
Tabel 21. Uji t Statistik .....	51

## TABEL GAMBAR

Gambar 1. Daftar Aplikasi E-Wallet Terbesar di Indonesia Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan .....	3
Gambar 2. Kerangka Pemikiran .....	21
Gambar 3. Langkah – Langkah PLS .....	31
Gambar 4. Rancangan Model <i>Structural Inner</i> .....	31
Gambar 5. <i>Outer Model Celebrity Endorser (X1)</i> .....	32
Gambar 6. <i>Outer Model Brand Image (X2)</i> .....	32
Gambar 7. <i>Outer Model Minat Beli (Y)</i> .....	32

Gambar 8. Model Kerangka Penelitian.....	37
Gambar 9. Outer Model .....	46
Gambar 10. Inner Model .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 2. Data Kuesioner 50 Responden .....	66
Lampiran 3. Deskripsi Data Responden.....	72
Lampiran 4. Deskriptif Jawaban Responden .....	75
Lampiran 5 Hasil Analisis Inferensial.....	77
Lampiran 6 T - tabel.....	81
Lampiran 7 Hasil Sebar Kuesioner .....	82
Lampiran 8 Hasil Turnitin dengan Validasi.....	83

