



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT DESIGN*, DAN
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *BILLIONAIRE'S PROJECT* DI
JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

DESTRI MAILINDA TIANINGRUM 1810111006

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



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT DESIGN*, DAN
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *BILLIONAIRE'S PROJECT* DI
JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

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

DESTRI MAILINDA TIANINGRUM 1810111006

**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 : Destri Mailinda Tianingrum

NIM : 1810111006

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

Jakarta, 27 Desember 2021

Yang menyatakan,



Destri Mailinda Tianingrum

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Destri Mailinda Tianingrum
NIM : 1810111006
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 *Brand Image*, *Product Design* dan *Celebrity Endorser* Terhadap
Keputusan Pembelian Produk *Billionaire's Project* di Jakarta Utara**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini
Universitas Pembangunan Nasional 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 di : Jakarta
Pada tanggal : 27 Desember 2021

Yang menyatakan,



Destri Mailinda Tianingrum

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT DESIGN*, DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *BILLIONAIRE'S PROJECT* DI JAKARTA UTARA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DESTRI MAILINDA TIANINGRUM 1810111006

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 31 Desember 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dr. Prasetyo Hadi, SE, MM, CFMP

Ketua Penguji



Yuliniar, SE, MM

Penguji I



Dr. Dianwicakasih Ariefiara. S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Drs. Nobelson, MM

Penguji II (Pembimbing)



Wahyudi, S.E., M.M.

Ketua Program Studi Manajemen

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 31 Desember 2021

The Effect Of Brand Image, Product Design, And Celebrity Endorser On The Purchase Decision Of Billionaire's Project Products In Jakarta Utara

By Destri Mailinda Tianingrum

Abstract

This research is a quantitative research that examines social phenomena with the aim of analyzing and proving the influence of brand image, product design and celebrity endorser on purchasing decisions. The pojugation of this research is the billionaire project consumers in North Jakarta. This research took a sample of 100 respondents using a non-probability sampling technique with purposive sampling method. Data collection is done by distributing questionnaires to the billionaire project consumers. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis assisted by Partial Least Square (PLS) analysis tool in the form of SmartPLS 3.0. The results of this research indicate that the brand image variable has a correlation value of 0.551, product design has a correlation value of 0.259 and celebrity endorser has a correlation value of 0.154, meaning that all research variables have a significant effect on purchasing decisions. The results of the analysis of the determinant coefficients explain that brand image, product design and celebrity endorser are 87.2% and the remaining 12.8% can be explained by other variables not included in this research.

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

**Pengaruh *Brand Image*, *Product Design* dan *Celebrity Endorser* Terhadap
Keputusan Pembelian Produk *Billionaire's Project* Di Jakarta Utara**

Oleh Destri Mailinda Tianingrum

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang mengkaji fenomena sosial dengan tujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *brand image*, *product design* dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian. Pojungsi penelitian ini adalah konsumen *billionaire's project* di wilayah Jakarta Utara. Penelitian ini mengambil sampel sejumlah 100 responden memakai teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner pada konsumen *billionaire's project*. Teknik analisis data yang dipakai ialah analisis deskriptif dan analisis inferensial yang dibantu dengan alat analisis *Partial Least Square* (PLS) berupa *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel *brand image* punya nilai korelasi sebesar 0,551, *product design* punya nilai korelasi sebesar 0,259 dan *celebrity endorser* punya nilai korelasi sebesar 0,154 artinya keseluruhan variabel penelitian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis koefisien determinan menggambarkan bahwa *brand image*, *product design* dan *celebrity endorser* sebesar 87,2% dan sisanya sebesar 12,8% dapat digambarkan oleh variabel lainnya yang tidak ikut sertakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Product Design*, *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2021/2022

Pada hari ini Jumat, tanggal 31 Desember 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Destri Mailinda Tianingrum

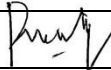
Nomor Induk Mahasiswa : 1810111006

Program Studi : S1 Manajemen

“PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT DESIGN* DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *BILLIONAIRE’S PROJECT* DI JAKARTA UTARA”

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus* *)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Prasetyo Hadi, SE, MM, CFMP	Ketua Penguji	1. 
2	Yuliniar, SE, MM	Penguji I	2. 
3	Drs. Nobelson, MM	Penguji II **)	3. 

Catatan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

JAKARTA, 31 Desember 2021

MENGESAHKAN

A.n. Dekan

Ketua Program Studi Manajemen



Wahyudi, SE., MM

PRAKATA

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu yang judul **“Pengaruh *Brand Image*, *Product Design* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Billionaire’s Project* di Jakarta Utara”**. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Dian Wicakasih Ariefiara, S.E., Ak., M.Ak., CSRS dan Ibu Dr. Desmintari, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen, serta Bapak Wahyudi S.E., M.M selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen. Ucapan terima kasih banyak juga penulis sampaikan kepada Bapak Drs. Nobelson, M.M. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan semangat, motivasi, nasihat dan saran yang bersifat membangun serta bermanfaat selama proses penulisan skripsi ini.

Selain itu, penulis juga tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua, Bapak Bambang PM dan Ibu Sumartini serta Kakak, Adik dan Keponakan yang selalu mendoakan dan mendukung dalam menyelesaikan penelitian ini. Kemudian, saya ucapkan terima kasih untuk teman-teman saya Moe, Hima, Aldi, Safa, Fitri, Mely, Widi, Indi, dan Mgrup karena telah memotivasi dan memberi dukungan sejak awal perkuliahan hingga sampai menyelesaikan tugas akhir skripsi, serta teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat saya ucapkan terima kasih karena telah membantu saya hingga saat ini. Semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik di masa sekarang maupun masa mendatang.

Jakarta, 22 Desember 2021

Destri Mailinda Tianingrum

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	7
I.3 Tujuan Penelitian	8
I.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
II.1 Landasan Teori	9
II.1.1 Pemasaran	9
II.1.2 <i>Brand Image</i>	10
II.1.3 <i>Product Design</i>	12
II.1.4 <i>Celebrity Endorser</i>	13
II.1.5 Keputusan Pembelian	15
II.1.6 <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	18
II.1.7 <i>Product Design</i> terhadap Keputusan Pembelian	18
II.1.8 <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian	18
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	19
II.3 Model Penelitian.....	25

II.4	Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
III.1.1	Definisi Operasional	27
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	27
III.2	Populasi dan Sampel.....	29
III.2.1	Populasi.....	29
III.2.2	Sampel	29
III.3	Teknik Pengumpulan Data	31
III.3.1	Jenis Data.....	31
III.3.2	Sumber Data	31
III.3.3	Pengumpulan Data	31
III.4	Teknik Analisis Data	33
III.4.1	Analisis Deskriptif	33
III.4.2	Analisis Inferensial	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		40
IV.1	Deskripsi Obyek Penelitian	40
IV.2	Deskripsi Data Penelitian	41
IV.3	Uji Hipotesis dan Analisis	45
IV.3.1	Analisis Deskriptif	45
IV.3.2	Analisis Inferensial	48
IV.3.2.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	48
IV.3.2.2	Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	489
IV.3.2.3	Uji Hipotesis.....	53
IV.4	Pembahasan	56
IV.4.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	56
IV.4.2	Pengaruh <i>Product Design</i> Terhadap Keputusan Pembelian	56
IV.4.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian	57
IV.5	Keterbatasan Penelitian	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		59
V.1	Simpulan.....	59
V.2	Saran	60

DAFTAR PUSTAKA	61
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Nama Produk Lokal Pakaian milik <i>Influencer</i>	2
Tabel 2. Matriks Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. Pengukuran Variabel	28
Tabel 4. Kategori penilaian berdasarkan skala likert	32
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen	32
Tabel 6. Nilai Interpretasi <i>Loading Factor</i>	33
Tabel 7. <i>Outer Loading Factor Brand Image (X₁)</i>	45
Tabel 8. <i>Outer Loading Factor Product design (X₂)</i>	46
Tabel 9. <i>Outer Loading Factor Celebrity endorser (X₃)</i>	46
Tabel 10. <i>Outer Loading Factor</i> Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 11. Nilai <i>Cross Loading</i>	50
Tabel 12. <i>Average Variance Ecxtracted</i>	51
Tabel 13. Uji Realibilitas	52
Tabel 14. <i>R-Square</i>	53
Tabel 15. Uji Statistik-T	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Akun Instagram <i>Billionaire's Project</i>	2
Gambar 2. Penguntuk Media Digital di Indonesia.....	4
Gambar 3. Media Sosial yang Paling Banyak dipakai di Indonesia	5
Gambar 4. Proses Keputusan Pembelian	15
Gambar 5. Model Penelitian Empiris.....	25
Gambar 6. Langkah-Langkah <i>Partial Least Square</i>	34
Gambar 7. Rancangan Diagram Jalur	36
Gambar 8. Logo <i>Billionaire's Project</i>	40
Gambar 9. Piagam Penghargaan MURI <i>Billionaire's Project</i>	41
Gambar 10. Diagram Karakteristik Usia Responden.....	42
Gambar 11. Diagram Karakteristik Jenis Kelamin Responden	43
Gambar 12. Diagram Karakteristik Domisili Responden	43
Gambar 13. Diagram Karakteristik Pekerjaan Responden	44
Gambar 14. <i>Outer Model</i>	49
Gambar 15. <i>Inner Model</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden.....	71
Lampiran 3. Deskripsi Data Responden.....	83
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Responden	85
Lampiran 5. Hasil <i>Outer Model SmartPLS 3.0</i>	87
Lampiran 6. Hasil <i>Inner Model SmartPLS 3.0</i>	88
Lampiran 7. Hasil <i>Output Model SmartPLS 3.0</i>	89
Lampiran 8. Bukti Penyebaran Kuesioner Melalui Medis Sosial	91
Lampiran 9. Hasil Turnitin.....	93