



**PENGARUH *ENDORSEMENT* SELEBGRAM DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK
*BODY CARE HALAL***

SKRIPSI

KURNIA FEBRIYANTI 1810116011

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

2022



**PENGARUH ENDORSEMENT SELEBGRAM DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK
BODY CARE HALAL**

SKRIPSI

KURNIA FEBRIYANTI 1810116011

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Kurnia Febriyanti

NIM : 1810116011

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

Jakarta, 04 Juli 2022
Yang Menyatakan



(Kurnia Febriyanti)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Kurnia Febriyanti
NIM : 1810116011
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Ekonomi Syariah S1
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 *Endorsement* Selebgram dan Kualitas Produk Terhadap
Minat Beli Produk *Body Care* Halal**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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 : 04 Juli 2022

Yang menyatakan,


10000
METERAN
TEMPEL
48BE4AJX933605840

(Kurnia Febriyanti)

SKRIPSI

**PENGARUH *ENDORSEMENT* SELEBGRAM DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK *BODY CARE*
HALAL**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

KURNIA FEBRIYANTI 1810116011

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 04 Juli 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Ade Nur Rohm, S.H.I., M.E.I., CDIF.
Ketua Penguji



Prima Dwi Privatno, B.A., M.E.
Penguji I



Tati Handayani, S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS.
Dekan



Muhammad Anwar Fathoni, Lc., M.A., CDIF.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 04 Juli 2022

***The Effect of Selebgram Endorsement and Product Quality on Purchase
Intention of Halal Body Care Products***

By Kurnia Febriyanti

Abstract

Endorsements are now increasingly popular among Instagram users because they can provide benefits for producers and consumers. Product quality must also be considered if you want to make consumers interested in these products because consumers will feel satisfied if the products offered have high quality. This study aims to determine and provide an explanation of the influence of celebrity endorsement factors and product quality on interest in buying halal body care products. This research uses quantitative methods. The population in this study are women who use Instagram in the Greater Jakarta area. The sample used as many as 208 respondents with purposive sampling method. The data analysis technique uses SmartPls. The results of this study are that respondents will still be interested in the required halal bodycare products even though they are not endorsed by celebgram, celebrity endorsements have no significant effect. Product quality is important for consumers in choosing halal body care products, product quality has a significant effect. The limitations of this study are that this study only uses 2 independent variables and the coverage area is only in Jabodetabek. This research is expected to be a consideration for business people, especially producers to reduce promotional costs through celebrity endorsements and transfer these costs to improve the quality of bodycare products and provide innovation so that these products can always meet the needs of consumers' skin.

Keywords : *endorsement selebgram, product quality, purchase intention*

Pengaruh *Endorsement* Selebgram Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk *Body Care* Halal

Oleh Kurnia Febriyanti

Abstrak

Endorsement kini semakin populer dikalangan pengguna instagram karena dapat memberikan keuntungan bagi produsen maupun konsumen. Kualitas produk juga harus diperhatikan jika ingin membuat konsumen tertarik terhadap produk tersebut karena konsumen akan merasa puas apabila produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta memberikan penjelasan mengenai pengaruh dari faktor *endorsement* selebgram dan kualitas produk terhadap minat beli produk *body care* halal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan wanita pengguna instagram di wilayah Jabodetabek. Sampel yang digunakan sebanyak 208 responden dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan SmartPls. Hasil dari penelitian ini yaitu responden akan tetap berminat pada produk *bodycare* halal yang dibutuhkan meskipun tidak di endorse oleh selebgram, *endorsement* selebgram tidak berpengaruh signifikan. Kualitas produk merupakan hal penting bagi konsumen dalam memilih produk *body care* halal, kualitas produk berpengaruh signifikan. Keterbatasan pada penelitian ini yaitu penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel bebas saja dan cakupan wilayah hanya di Jabodetabek. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi para pelaku bisnis terutama produsen untuk mengurangi biaya promosi melalui *endorsement* selebgram dan mengalihkan biaya tersebut untuk meningkatkan kualitas produk *bodycare* dan memberikan inovasi agar produk tersebut dapat selalu memenuhi kebutuhan kulit tubuh para konsumen

Kata Kunci : *endorsement* selebgram, kualitas produk, minat beli



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2021/2022

Hari ini Senin , tanggal 04 Juli 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Kurnia Febriyanti

No.Pokok Mahasiswa : 1810116011

Program : Ekonomi Syariah S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Endorsement Selebgram dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Body Care Halal
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Ade Nur Rohim, M.E.I., CDIF.	Ketua	1.
2	Prima Dwi Priyatno, B.A., M.E.	Anggota I	2.
3	Tati Handayani, SE, MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

- *) Coret yang tidak perlu
- **) Dosen Pembimbing

Jakarta, 04 Juli 2022
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Ekonomi Syariah S.1

Muhammad Akwar Fathoni, Lc,
MA., CDIF.

PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa diberikan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi dalam rangka memenuhi kewajiban penulis sebagai mahasiswa serta pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah, dengan judul “**Pengaruh *Endorsement* Selebgram dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk *Body Care* Halal**”. Pada kesempatan ini dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dekan FEB UPNVJ yaitu Ibu Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.AK, CA, CSRS. Kepada Kaprodi Ekonomi Syariah UPNVJ Bapak Anwar Fathoni Lc., Ma., CDIF yang selalu memfasilitasi mahasiswa ekonomi syariah dalam perkuliahannya. Selanjutnya kepada Ibu Tati Handayani, SE, MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran dan juga masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Terima kasih yang utama juga penulis ucapkan kepada kedua orang tua saya yaitu Ibu Nur Hidayati dan Pak Kuntoro, yang selalu mendoakan dan menjadi motivasi bagi saya, serta para anggota keluarga yang membantu penulis dalam hal perkuliahan. Penulis juga ucapkan terima kasih kepada kerabat terdekat penulis yang selalu memberikan saran, masukan, dan semangat dalam perjalanan skripsi ini disusun. Kemudian kepada para teman-teman seperjuangan dalam penyusunan skripsi ini, serta teman-teman angkatan 2018 Ekonomi Syariah UPNVJ. Penulis berharap dengan dibuatnya karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 04 Juli 2022

Kurnia Febriyanti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSEN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
II.1 Landasan Teori	8
II.1.1 Minat Beli	8
II.1.2 <i>Endorsement</i> Selebgram.....	11
II.1.3 Kualitas Produk.....	15
II.2 Penelitian Terdahulu.....	18
II.3 Model Penelitian.....	28
II.4 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
iii.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	30
III.1.1 Definisi Operasional.....	30
III.1.2 Pengukuran Variabel	31

III.2	Populasi Sampel	32
III.2.1	Populasi	32
III.2.2	Sampel.....	32
III.3	Teknik Pengumpulan Data	33
III.3.1	Jenis Data	33
III.3.2	Sumber Data.....	33
III.3.3	Pengumpulan Data	34
III.4	Teknik Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis	34
III.4.1	Teknik Analisis Data.....	34
III.4.2	Uji Hipotesis.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		39
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	39
IV.2	Deskripsi DATA PENELITIAN	39
IV.2.1	Deskripsi Data Responden	40
IV.3	Analisis Data Deskriptif	42
IV.4	Analisis Dan Uji Hipotesis.....	45
IV.4.1	Model Pengukuran (<i>OUTER MODEL</i>)	45
IV.4.2	Model Struktural (<i>INNER MODEL</i>)	49
IV.4.3	Uji Hipotesis.....	50
IV.5	Pembahasan.....	52
IV.5.1	Pengaruh Endorsement Selebgram Terhadap Minat Beli.....	52
IV.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		57
V.1	Kesimpulan.....	57
V.2	Keterbatasan Penelitian	57
V.3	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA		59
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 2. Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	31
Tabel 4. Interpretasi Nilai Persentase Responden	35
Tabel 5. Tingkat Reliabilitas Nilai Cronbach's Alpha	36
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	40
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan dalam 1 Bulan	41
Tabel 10. Merk bodycare halal yang diketahui/digunakan oleh responden.....	41
Tabel 11. Outer Loading	46
Tabel 12. Average Variance Extracted (AVE)	48
Tabel 13. Uji Reliabilitas	49
Tabel 14. R-Square.....	49
Tabel 15. Uji T-Statistik.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Data Pengguna Instagram di Indonesia per Mei 2021	2
Gambar 2. Grafik Data Media Yang Digunakan Wanita Untuk Mencari Informasi Suatu Produk	3
Gambar 3. Model Penelitian	29
Gambar 4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli	42
Gambar 5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Endorsement Selebgram .	43
Gambar 6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	44
Gambar 7. Output PLS	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Kuesioner 208 Responden
- Lampiran 3 Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4 Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 5 Output Outer Model PLS
- Lampiran 6 Hasil Putput Model PLS