



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN TESTIMONIAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU
COMPASS DI MARKETPLACE INDONESIA**

SKRIPSI

ELDON HIBATULLAH 1910111145

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

2022



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN TESTIMONIAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU
COMPASS DI MARKETPLACE INDONESIA**

SKRIPSI

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

ELDON HIBATULLAH 1910111145

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN 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 benar.

Nama : Eldon Hibatullah

NIM : 1910111145

Jika di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya akan bersedia menanggung hukuman yang ditujukan kepada saya.

Jakarta 10 Desember 2022

Yang,

Menyatakan



Eldon Hibatullah

PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Eldon Hibatullah
NIM : 1910111145
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
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 TESTIMONIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU COMPASS DI MARKETPLACE INDONESIA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengahlimedia/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 : 3 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Eldon Hibatullah)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN TESTIMONIAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU COMPASS
DI MARKETPLACE INDONESIA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Eldon Hibatullah 1910111145

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 03 Januari 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih S. Manggabarani, M.Si
Ketua Penguji



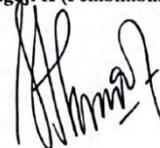
Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM., CPM
Penguji I



Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Ariettiana, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidayati, SE, MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 03 Januari 2023

The Influence of Celebrity Endorsements and Testimonials on Purchase Decisions for Compass Shoes Products in the Indonesian Marketplace

By Eldon Hibatullah

Abstract

In 2022 fashion products are in great demand by Indonesians when shopping online. The phenomenon that occurs is that Compass shoes are one of the best brands selling shoes in Indonesia at the moment. This research is a quantitative study with the aim of analyzing and proving the influence of Celebrity Endorsements and Testimonials on the Purchase Decision of Compass Shoes Products in the Indonesian Marketplace. This study uses a population of consumers who have made purchases at Compass Shoes in DKI Jakarta. The sample in this study used 100 respondents who were selected through nonprobability sampling and purposive sampling techniques. The data in this study were obtained from distributing questionnaires which would be analyzed using the Partial Least Square (PLS) method and assisted by using the SmartPLS application. The results obtained in this study were: (1) The Celebrity Endorsement variable had a positive and significant effect on the Purchase Decision variable with an Original Sample value of 0.542, (2) Testimonial Variables had a positive and significant effect on Purchase Decision variables with an Original Sample value of 0.425.

Keywords: *Celebrity Endorsement, Testimonials, Purchase Decision.*

Pengaruh *Celebrity Endorsement* Dan Testimonial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Compass Di Marketplace Indonesia

Oleh Eldon Hibatullah

Abstrak

Dalam 2022 produk fashion sangat diminati orang Indonesia saat belanja online. Fenomena yang terjadi sepatu compass merupakan salah satu brand terbaik yang menjual sepatu di Indonesia saat ini. Penelitian ini merupakan penelitian secara kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *Celebrity Endorsement* dan Testimonial terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Compass di Marketplace Indonesia. Penelitian ini menggunakan populasi konsumen yang telah melakukan pembelian pada Sepatu Compass di DKI Jakarta. Sampel pada penelitian ini menggunakan responden sebanyak 100 orang yang dipilih melalui teknik nonprobability sampling dan purposive sampling. Data pada penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner yang akan dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dan dibantu menggunakan aplikasi SmartPLS. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini merupakan: (1) Variabel *Celebrity Endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian dengan nilai Original Sample sebesar 0,542, (2) Variabel Testimonial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian dengan nilai Original Sample sebesar 0,425.

Kata Kunci: *Celebrity Endorsement*, Testimonial, Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawab, 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 GANJIL TA. 2022/2023**

Hari ini Selasa, tanggal 03 Januari 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Eldon Hibatullah

No.Pokok Mahasiswa : 1910111145

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Testimonial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Compass Di Marketplace Indonesia

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Ketua	1.
2	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM., CPM	Anggota I	2.
3	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

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

Jakarta, 03 Januari 2023
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Celebrity Endorsement* dan Testimonial terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Compass di Marketplace Indonesia**”. Proposal ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPNVJ. Penyusunan proposal ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dorongan dari semua pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSR. selaku Dekan FEB, dan Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Dosen Pembimbing Akademik Ibu Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM. yang selama penyusunan penelitian ini telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis. Juga kepada bapak Agus Kusmana, SE, MM dan ibu Diana Tri Wardhani, SE,MM selaku dosen pembimbing akademik, dan juga dekan, rektor serta segenap dosen dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberi bantuan.

Tak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua Penulis yang selalu mendoakan dan mendukung penulis. juga, Penulis mengucapkan terima kasih kepada kepada Hanif Rahman (Bule), Artur, Acim, Meilyana, TUTUR dan juga teman-teman yang telah mengikuti penulis sepanjang waktu Berikan dukungan, berikan hal positif, dengarkan keluhan penulis selama membuat proposal ini. Tak lupa juga penulis mengucapkan Terima Kasih kepada seluruh rekan di Jurusan S1 Manajemen yang telah menjadi keluarga bagi penulis selama menjalani perkuliahan di UPN “Veteran” Jakarta. Penulis juga memohon maaf jika masih banyak kekurangan dari penelitian ini. Penulis juga terbuka untuk kritik dan saran membangun agar penelitian ini dapat lebih baik dan bermanfaat di masa yang akan datang.

Jakarta, 30 September 2022

Eldon Hibatullah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I LATAR BELAKANG	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	14
I.3 Tujuan Masalah	14
I.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
II.I Landasan Teori.....	16
II.1.1 Pemasaran.....	16
II.1.2 Konsep Manajemen Pemasaran	16
II.1.3 Perilaku Konsumen	17
II.1.4 Keputusan Pembelian	18
II.1.5 Testimonial.....	22
II.1.6 <i>Celebrity Endorsement</i>	Error! Bookmark not defined.
II.1.7 Penelitian Terdahulu	27
II.1.8 Model Penelitian	33
II.1.9 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
III.I Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
III.1.1 Definisi Operasional.....	35
III.1.2 Pengukuran Variabel	36
III.1.3 Populasi dan Sampel	37
III.1.4 Teknik Pengumpulan Data	38
III.1.5 Sumber Data.....	39
III.1.6 Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV PEMBAHASAN	45
IV.1 Profil Perusahaan.....	45
IV.2 Deskriptif Data Penelitian	45

IV.3	Deskriptif Data Responden	46
IV.4	Skema Model Partial Least Square (PLS).....	51
IV.5	Uji Hipotesis dan Analisis.....	51
IV.5.1	Uji <i>Structural</i> Model (Inner Model).....	56
IV.6	Uji Hipotesis.....	59
IV.7	Pembahasan.....	59
IV.7.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian	60
IV.7.2	Pengaruh Testimonial terhadap Keputusan Pembelian.....	61
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	62
V.1	Simpulan.....	62
V.2	Keterbatasan Penelitian	62
V.3	Saran.....	63
	DAFTAR PUSTAKA	64
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	67
	LAMPIRAN.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Barang konsumsi dan transaksi yang terjadi di E-Commerce.....	2
Gambar 2. Data produk yang paling sering dibeli online	3
Gambar 3. Produk rilisan terbaru sepatu Compass di JSD 2022	5
Gambar 4. Sepatu Compass yang tersisa di Marketplace Tokopedia	8
Gambar 5. Najwa Shihab memakai sepatu Compass di Instagram.....	11
Gambar 6. Testimonial Sepatu compass di marketplace Shopee.....	13
Gambar 7. Model Penelitian	33
Gambar 8. Kerangka Model Penelitian dalam smartPLS	44
Gambar 9. Logo Sepatu Compass	45
Gambar 10. Responden yang telah membeli sepatu Compass.....	47
Gambar 11. Jenis Kelamin Responden	47
Gambar 12. Usia Responden.....	48
Gambar 12. Pekerjaan Responden	49
Gambar 13. Domisili Responden	50
Gambar 14. Pendidikan Terakhir Responden	51
Gambar 15. Diagram Outer Model	52
Gambar 16. Diagram <i>Inner Model</i>	57
Gambar 17. Jalur Koefisien.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Banyaknya pengunjung di E-Commerce	2
Tabel 2. Brand sepatu terbaik 2021 menurut Tokopedia	6
Tabel 3. Jumlah Followers Brand Sepatu Populer di Indonesia	6
Tabel 4. Perbandingan Sepatu Compass dan Sepatu Ventela	7
Tabel 5. Matriks Penelitian Terdahulu	32
Tabel 6. Pengukuran Variabel	36
Tabel 7. Skala Likert	39
Tabel 8. Kisi-kisi Instrumen Penelitian	39
Tabel 9. Keterangan Loading Factor	40
Table 10. Loading Factor	53
Tabel 11. <i>Cross Loading</i>	54
Tabel 12. Average Variance Extracted (AVE)	55
Tabel 13. <i>Composite Reliability</i>	55
Tabel 14. <i>Cronbach's Alpha</i>	56
Tabel 15. Nilai <i>R-Square</i>	57
Tabel 16. <i>Path Coeficient</i>	58
Tabel 17. <i>T-Statistics</i> dan <i>P-Values</i>	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	69
Lampiran 2. Kuesioner 100 Responden	74
Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data	82
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Penelitian	85
Lampiran 5. Hasil Outer ModelPLS	86
Lampiran 6. Hasil Output Model	87
Lampiran 7. Hasil Turnitin	89