



**PENGARUH HARGA, TAMPILAN PRODUK DAN *CELEBRITY*
ENDORSER DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA KEPUTUSAN
PEMBELIAN *BRAND FASHION* LOKAL DI JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

MUHAMMAD NAUFAL LABIB

1910111101

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



**PENGARUH HARGA, TAMPILAN PRODUK DAN *CELEBRITY*
ENDORSER DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA KEPUTUSAN
PEMBELIAN *BRAND FASHION* LOKAL DI JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

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

MUHAMMAD NAUFAL LABIB

1910111101

**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 dengan benar.

Nama : Muhammad Naufal Labib

Nim : 1910111101

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

Jakarta, 9 Desember 2022

Yang menyatakan,



Muhammad Naufal Labib

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

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

Nama : Muhammad Naufal Labib

NIM : 1910111101

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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Harga, Tampilan Produk, dan *Celebrity Endorser* di media sosial instagram pada Keputusan Pembelian *brand fashion* lokal di Jakarta Timur

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 :

Yang menyatakan,

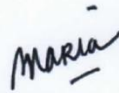

(Muhammad Naufal Labib)

SKRIPSI**PENGARUH HARGA, TAMPILAN PRODUK DAN *CELEBRITY ENDORSER*
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND*
FASHION LOKAL DI JAKARTA TIMUR**


Dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAMMAD NAUFAL LABIB 1910111101


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 29 Desember 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM
Ketua Penguji



Yulinar, SE, MM
Penguji I



Dr. Alfatih S Manggabarani, SE, M. Si
Penguji II (Pembimbing)



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



Siti Hidayati, S.E., MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 29 Desember 2022

Pengaruh Harga, Tampilan Produk dan Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram Pada Keputusan Pembelian Brand Fashion Lokal di Jakarta Timur

Oleh Muhammad Naufal Labib

Abstrak

Fashion merupakan salah satu budaya yang tidak pernah lepas dari zaman. Perkembangan zaman selalu membuat perubahan dalam fashion menjadikan fashion budaya dalam kehidupan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Generasi Z yang berumur 16-24 tahun dan bertempat tinggal di Jakarta Timur menjadi populasi pada penelitian. Pengambilan sample menggunakan metode purposive sampling dengan sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan inferensial dengan Partial Least Square (PLS) dengan alat uji SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, tampilan produk dan celebrity endorser berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian brand fashion lokal di Jakarta Timur. Berdasarkan uji T statistik, variabel harga menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, variabel tampilan produk menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan variabel celebrity endorser menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini berarti bahwa variabel harga, tampilan produk dan celebrity endorsement meningkatkan dan berpengaruh pada keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Tampilan Produk, Celebrity Endorser dan Keputusan Pembelian

The Influence of Price, Product Display and Celebrity Endorser on Instagram social media on Buying Decisions for Local Fashion Brands in East Jakarta

By Muhammad Naufal Labib

Abstract

Fashion is a culture that is never separated from the times. The times always make changes in fashion to make fashion a culture in life. This study uses a quantitative method. Generation Z, aged 16-24 years and living in East Jakarta, is the population in the study. Sampling using purposive sampling method with as many as 100 respondents. Data analysis techniques were carried out using descriptive and inferential analysis with Partial Least Square (PLS) using the SmartPLS 3.0 test tool. The results showed that price, product appearance and celebrity endorser had a significant and positive effect on purchasing decisions for local fashion brands in East Jakarta. Based on the statistical T test, the price variable shows a value, the product display variable shows a value and the celebrity endorser variable shows a value. This means that the variable price, product appearance and celebrity endorsers increase and influence purchasing decisions.

Keywords: Price, Product Display, Celebrity Endorser and Purchase Decision



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 GANJIL, TA. 2022/2023**

Hari ini Kamis, tanggal 29 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Muhammad Naufal Labib

No.Pokok Mahasiswa : 1910111101

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Harga, Tampilan Produk Dan Celebrity Endorser Di Media Sosial Instagram Pada Keputusan Pembelian Brand Fashion Lokal Di Jakarta Timur.
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

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

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 29 Desember 2022
Mengesahkan
A.n DEKAN
Kaprosd. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.

PRAKATA

Penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, atas segala karunia-Nya sehingga proposal dengan judul **“Pengaruh Harga, Tampilan Produk dan Celebrity Endorser di media sosial instagram pada keputusan pembelian brand fashion lokal di Jakarta Timur”** ini berhasil diselesaikan.¹

Kesempatan ini penulis gunakan untuk menyampaikan rasa terima kasih kepada Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Dosen Pembimbing Akademik Ibu Dr. Faisal Marzuki, M.Pd., CHCP. Selanjutnya Ibu Dr. Alfatih S. Manggabarani SE, M. Si yang selama penyusunan penelitian ini telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.

Tidak lupa, terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis. Selanjutnya, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada teman-teman penulis yang selalu memberikan support, memberikan energi positif, dan mendengarkan keluh kesah penulis.

Akhir kata, permohonan maaf penulis sampaikan apabila terdapat banyak kekurangan dalam penellitian ini. Penulis juga bersedia menerima kritik dan saran membangun agar nantinya penelitian ini bisa lebih baik dan bermanfaat di masa yang akan datang. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi banyak orang kedepannya. Terima kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
BERITA ACARA UJIAC SKRIPSI.....	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
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	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1 Landasan Teori	9
II.1.1 Pemasaran	9
II.1.2 Keputusan Pembelian	10
II.1.3 Harga	11
II.1.4 Tampilan Produk.....	14
II.1.5 Celebrity Endorser.....	15
II.1.6 Instagram	17
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	19

II.3 Model Penelitian	24
II.3.1 Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	24
II.3.2 Tampilan Produk terhadap Keputusan Pembelian	25
II.3.3 Celebrity endorser terhadap Keputusan Pembelian.....	25
II.4 Hipotesis Penelitian	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
III.1.1 Definisi Operasional.....	27
III.1.2 Pengukuran Variabel	28
III.2 Populasi dan Sampel	29
III.2.1 Populasi.....	29
III.2.2 Sampel.....	30
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	30
III.3.1 Jenis dan Sumber Data	30
III.3.2 Pengumpulan Data	31
III.4 Teknik Analisis Data	33
III.4.1 Analisis Deskriptif	33
III.4.2 Analisis inferensial.....	34
III.4.3 Partial least square.....	34
III.4.4 Uji Hipotesis	40
III.4.5 Kerangka Model Penelitian	42
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
IV. 1 Deskripsi Objek Penelitian	43
IV. 2.1 Deskripsi Data Penelitian	45
IV. 2.2 Analisis Data Deskriptif	48
IV. 3. 1 Analisis Inferensial	49
IV. 3. 2 Uji R Square (Koefisien Determinasi)	55
IV. 3. 3 Uji Q Square	56
IV. 3. 4 Uji Hipotesis (Resampling Bootstarpping)	56
IV.4 Pembahasan	58

IV. 4. 1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	58
IV. 4. 2 Pengaruh Tampilan Produk terhadap Keputusan Pembelian	58
IV. 4. 3 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	59
BAB V.....	61
PENUTUP	61
V.1 Simpulan.....	61
V.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
RIWAYAT HIDUP.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 2. Pengukuran Variabel	28
Tabel 3. Skala Likert.....	31
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen	32
Tabel 5. Interpretasi Nilai Loading Faktor.....	33
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 8. Loading Faktor Outer Model	48
Tabel 9. Convergent Validity dalam Outer Loading Factor.....	51
Tabel 10. Avarage variance extracted (AVE)	53
Tabel 11. Composite Reability	54
Tabel 12. Cronbach's Alpha	54
Tabel 13. Nilai R Square	55
Tabel 14. Nilai Q Square.....	56
Tabel 15. Uji T Statistik.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proporsi Jumlah Transaksi E-commerce 2021	3
Gambar 2. Pengguna Instagram di indonesia january 2022.....	5
Gambar 3. Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4. Langkah-langkah PLS.....	35
Gambar 5. Inner Model Penelitian.....	35
Gambar 6. Outer Model Harga (X1).....	36
Gambar 7. Outer Model Tampilan Produk (X2)	36
Gambar 8. Outer Model Celebrity Endorser (X3).....	37
Gambar 9. Outer Model Keputusan Pembelian.....	37
Gambar 10. Kerangka Model Penelitian	42
Gambar 11. Brand Fashion Yang Sering Dijumpai di Indonesia	43
Gambar 12. Brand Fashion Yang Menjadikan Online Store Pilihan Utama	44
Gambar 13. Brand Fashion Yang Dimiliki Oleh Influencer.	45
Gambar 14. Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Gambar 15. Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	47
Gambar 16. Outer Model	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pernyataan Kuesioner	67
Lampiran 2. Data Kuesioner dari 100 Responden.....	72
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden	84
Lampiran 4. Hasil Analisis Data Deskriptif	85
Lampiran 5. Bukti Penyebaran Kuesioner	90
Lampiran 6. Hasil Turnitin	91