



**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, DAN SERVICE
QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY TOKOPEDIA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

ARAMINTA AMADEA PUTRI SOESENSO 2110111112

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

2024



**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, DAN SERVICE
QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY TOKOPEDIA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

ARAMINTA AMADEA PUTRI SOESEN0 2110111112

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

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Araminta Amadea Putri Soeseno

NIM : 2110111112

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

Jakarta, 4 Oktober 2024



(Araminta Amadea Puri S)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Araminta Amadea Putri Soeseno

NIM : 2110111112

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 *Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Service Quality* Terhadap Customer Loyalty Tokopedia

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 : 18 Desember 2024

yang menyatakan,



(Araminta Amadea Putri Soeseno)

SKRIPSI

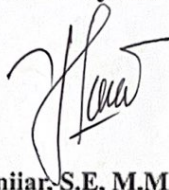
**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, DAN SERVICE
QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY TOKOPEDIA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

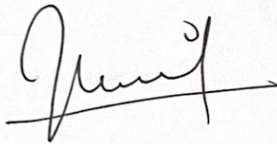
ARAMINTA AMADEA PUTRI SOESENSO 2110111112

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 17 Desember 2024

dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Yuliniar, S.E., M.M
Ketua Penguji



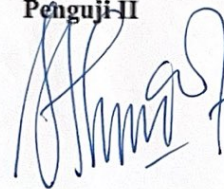
Dra. Pusporini, M.M
Penguji I



Dra. Bernadin Dwi M, M.M
Penguji-II



Dr. Jubaedah, SE., M.M
Dekan



Siti Hidayati, SE., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 17 Desember 2024



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. 2024/2025

Hari ini Selasa, tanggal 17 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Araminta Amadea Putri Soeseno**


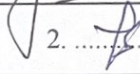

No.Pokok Mahasiswa : **2110111112**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty Tokopedia
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, MM	Ketua	1. 
2	Dra. Pusporini, MM	Anggota I	2. 
3	Dra. Bernadin Dwi, MM.,CPM	Anggota II **)	3. 

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

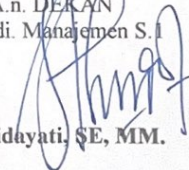
**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 17 Desember 2024

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1


Siti Hidayati, SE, MM.

***The Influence Of Celebrity Endorsers, Brand Image, and Service Quality on Tokopedia
Customer Loyalty***

By Araminta Amadea Putri Soeseno

Abstract

This research is a quantitative study that aims to analyse the influence of celebrity endorsers, brand image, and service quality on customer loyalty on the Tokopedia e-commerce platform. The research respondents consisted of 100 active Tokopedia customers in Jakarta who had made at least two transactions. The sample was selected using purposive sampling technique with calculations based on Lemeshow's formula. Data were analysed using the Partial Least Square (PLS) method, including validity testing, reliability, and R-Square analysis, with the help of Smart PLS 4.0 software. The results showed that: (1) the use of celebrity endorsers has an influence on customer loyalty, (2) brand image does not show a significant influence on customer loyalty, and (3) service quality has a significant influence on customer loyalty. This research provides valuable insights for e-commerce businesses, especially Tokopedia, to increase customer loyalty through optimising service quality and effective use of celebrity endorsers.

Keywords : *Brand Image, celebrity endorsers, customer loyalty, and service quality*

Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty Tokopedia

Oleh Araminta Amadea Putri Soeseno

Abstrak

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang memiliki tujuan melakukan analisis pengaruh *celebrity endorser*, *brand image*, dan *service quality* terhadap *customer loyalty* pada platform e-commerce Tokopedia. Responden penelitian terdiri dari 100 pelanggan aktif Tokopedia di Jakarta yang telah melakukan transaksi minimal dua kali. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan perhitungan berdasarkan rumus Lemeshow. Data dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS), mencakup pengujian validitas, reliabilitas, dan analisis R-Square, dengan bantuan perangkat lunak Smart PLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) penggunaan *celebrity endorser* memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, (2) *brand image* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan (3) *service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pelaku bisnis e-commerce, khususnya Tokopedia, untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui optimalisasi kualitas layanan dan pemanfaatan *celebrity endorser* yang efektif.

Kata Kunci : Citra merek, kualitas layanan, loyalitas pelanggan, dan pendukung selebriti

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan karunia dan juga nikmat-Nya, peneliti dapat menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty Tokopedia”. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan untuk meraih gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dalam proses penulisan ini, peneliti menerima banyak dukungan, baik secara moral maupun material, dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti dengan penuh rasa syukur ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku dekan FEB UPN “Veteran” Jakarta.
2. Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM selaku ketua jurusan manajemen FEB UPN “Veteran” Jakarta
3. Siti Hidayati, SE., M.M. selaku ketua program studi manajemen yang sangat informatif mengenai informasi terkait skripsi
4. Dra. A Bernadin Dwi M, M.M, CPM selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, nasihat dan arahan kepada peneliti.
5. Secara khusus peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Papa dan Mama peneliti yang tercinta dan Mas Alif yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moral maupun materil sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dengan baik.
6. Ucapan terima kasih peneliti kepada semua sahabat penulis, yaitu Andya, Rara, Icha, Elvy, Luna, Lika, Japir, Anda, dan Ulel yang telah banyak memberikan bantuan, support, serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Kekasih Penulis yaitu Thoriq Akmal Sofyan yang sudah memberikan segala dukungannya dalam berbagai bentuk selama penulisan skripsi ini berlangsung. Saya ucapkan terima kasih.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian selanjutnya. peneliti juga berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca.

Jakarta, 28 November 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Hasil Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2. Manfaat Praktis.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.3 Customer Loyalty.....	16
2.1.4 Celebrity Endorser.....	17
2.1.5 Brand Image.....	20
2.1.6 Service Quality.....	22
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	24
2.3 Model Penelitian.....	33
2.3.1 Hubungan Celebrity Endorser Terhadap Customer Loyalty.....	33
2.3.2 Hubungan Brand Image Terhadap Customer Loyalty.....	34
2.3.3 Hubungan Service Quality Terhadap Customer Loyalty.....	34
2.4 Hipotesis.....	35
BAB 3 METODE PENELITIAN	37
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.1.1 Definisi Operasional.....	37
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	38
3.2 Populasi dan Sampel.....	39

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.3.1 Jenis Data.....	41
3.3.2 Sumber Data.....	41
3.4 Teknik Analisis Data.....	44
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	44
3.4.2 Analisis Data Inferensial.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	60
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	61
4.2.1 Deskripsi Data Responden.....	61
4.2.2 Analisis Data Deskripsif.....	62
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....	69
4.3.1 Model Pengukuran (Outer Model).....	69
4.3.2 Uji Validitas.....	69
4.3.2.1 Uji Validitas Konvergen.....	70
4.3.2.2 Uji Validitas Diskriminan.....	71
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	74
4.3.4 Uji Structural Model (Inner Model).....	75
4.3.4.1 Uji Koefisien Determinasi (Uji R-Square).....	77
4.3.4.2 Uji Q Square.....	78
4.3.5 Uji Hipotesis.....	78
4.4 Pembahasan.....	79
4.4.1 Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Customer Loyalty di Tokopedia.....	79
4.4.2 Pengaruh Brand Image terhadap Customer Loyalty di Tokopedia.....	80
4.4.3 Pengaruh Service Quality terhadap Customer Loyalty di Tokopedia.....	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Simpulan.....	83
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	84
5.3 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait dengan Loyalitas Pelanggan.....	31
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 3. Bobor Skala Likert.....	43
Tabel 4. Kisi-kisi Pertanyaan Dalam Kuesioner Penelitian.....	43
Tabel 5. Interpretasi dari nilai indeks.....	46
Tabel 6. Hasil Responden Terhadap Variabel customer loyalty.....	63
Tabel 7. Hasil Responden Terhadap Variabel celebrity endorser.....	64
Tabel 8. Hasil Responden Terhadap Variabel brand image.....	66
Tabel 9. Hasil Responden Terhadap Variabel service quality.....	67
Tabel 10. Hasil Nilai Outer Loading Factor.....	70
Tabel 11. Average Variance Extracted (AVE).....	71
Tabel 12. Cross Loading.....	71
Tabel 13. HTMT.....	73
Tabel 14. Cronbach alpha & Composite reliability.....	74
Tabel 15. Nilai R-Square dan R-Square Adjusted.....	77
Tabel 16. Tingkat Nilai Q Square.....	78
Tabel 17. Hasil Uji t-statistik.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perbandingan Konsumen Belanja Offline dan Online (2024).....	2
Gambar 2. 10 Negara dengan Proyeksi Pertumbuhan E-Commerce Tertinggi (2024).....	2
Gambar 3. Top Merk Kategori E-Commerce (2024).....	4
Gambar 4. BTS Sebagai Brand Endorser Tokopedia.....	5
Gambar 6. Chelsea Islan Sebagai Brand Endorser Tokopedia.....	6
Gambar 7. BlackPink Sebagai Brand Endorser Tokopedia.....	6
Gambar 8. Kasus Bocornya data pengguna Tokopedia pada tahun 2020.....	7
Gambar 9. Berbagai Keluhan Konsumen Atas Quality Service Tokopedia (2024).....	8
Gambar 10. Logo Tokopedia.....	9
Gambar 11. Managing Marketing: Analysis, Planning, Implementation, and Control.....	14
Gambar 12. Model Penelitian.....	35
Gambar 13. Jumlah transaksi berdasarkan kelompok umur.....	40
Gambar 14. Jumlah Transaksi Berdasarkan Lokasi.....	40
Gambar 15. Tahapan Analisis Menggunakan PLS-SEM.....	47
Gambar 16. Inner Model Penelitian.....	48
Gambar 17. Outer Model Penelitian.....	49
Gambar 18. Diagram Jalur Penelitian.....	50
Gambar 19. Logo E-Commerce Tokopedia.....	60
Gambar 20. Diagram Umur Responden.....	61
Gambar 21. Diagram Domisili Responden.....	62
Gambar 22. Outer Loading.....	69
Gambar 23. Inner Model.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	90
---------------------------------------	----