



**MINAT BELI PRODUK THE ORIGINOTE
(STUDI DI DKI JAKARTA)**

SKRIPSI

CINDY STEFANY FARANTINA SILAEN

2210111003

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

2025



**MINAT BELI PRODUK THE ORIGINOTE
(STUDI DI DKI JAKARTA)**

SKRIPSI

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

CINDY STEFANY FARANTINA SILAEN

2210111003

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

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Cindy Stefany Farantina Silaen

Nim : 2210111003

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

Jakarta, 01 Oktober 2025

Yang menyatakan,



Cindy Stefany Farantina Silaen

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Cindy Stefany Farantina Silaen
NIM : 2210111003
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : SI 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 :

Minat Beli Produk The Originote (Studi di DKI Jakarta)

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 : 20 Desember 2025
Yang menyatakan,



(Cindy Stefany Farantina Silaen)

PENGESAHAN

SKRIPSI

MINAT BELI PRODUK THE ORIGINOTE (STUDI DI DKI JAKARTA)

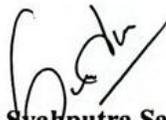
Dipersiapkan dan disusun oleh :

CINDY STEFANY FARANTINA SILAEN 2210111003

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 15 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si
Ketua Penguji



Dr. Guntur Syahputra Saragih, M.S.M
Penguji I



Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP
Penguji II



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan



Siti Hidayati, S.E., M.M.
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 15 Desember 2025

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Senin, tanggal 15 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Cindy Stefany Farantina Silaen
NIM : 2210111003
Program Studi : Manajemen S1
Judul Tugas Akhir :

MINAT BELI PRODUK THE ORIGINOTE (STUDI DI DKI JAKARTA)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih Manggabarani, S.E., M.Si	Ketua	
2	Dr. Guntur Saragih, M.S.M	Anggota I	
3	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM, CFMP	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 15 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

***PURCHASE INTENTION TOWARD THE ORIGINOTE PRODUCTS (A STUDY
IN DKI JAKARTA)***

By Cindy Stefany Farantina Silaen

Abstract

This quantitative research, titled “Purchase Intention Toward The Originote Products (A Study in DKI Jakarta),” aims to examine the influence of Celebrity Endorser Credibility, brand image, and price perception on consumers’ purchase intention toward The Originote skincare products. The study involved 108 Generation Z respondents aged 18–28 years who are active in DKI Jakarta and have an interest in purchasing The Originote products. Data were collected through an online questionnaire using a 5-point Likert scale and analyzed using PLS-SEM via SmartPLS 4. The results show that Celebrity Endorser Credibility has a positive and significant influence on purchase intention. Brand image also has a positive and significant influence on purchase intention. Furthermore, price perception demonstrates a positive and significant influence on purchase intention toward The Originote.

Keywords: *Celebrity Endorser Credibility, Brand Image, Price Perception, Purchase Intention.*

MINAT BELI PRODUK THE ORIGINOTE (STUDI DI DKI JAKARTA)

Oleh Cindy Stefany Farantina Silaen

Abstrak

Penelitian kuantitatif yang berjudul “Minat Beli Produk The Originote (Studi di DKI Jakarta)” ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Celebrity Endorser Credibility*, brand image, dan price perception terhadap minat beli konsumen terhadap produk skincare The Originote. Penelitian ini melibatkan 108 responden Generasi Z berusia 18–28 tahun yang beraktivitas di DKI Jakarta dan memiliki ketertarikan terhadap produk The Originote. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online dengan skala Likert 5 poin dan dianalisis menggunakan metode PLS-SEM melalui aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser Credibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Brand image juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Selain itu, price perception berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk The Originote.

Kata kunci : *Celebrity Endorser Credibility, brand image, price perception, minat beli.*

PRAKATA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa segala karunia-Nya Skripsi ini berhasil diselesaikan. Skripsi ini dilaksanakan sejak 22 Agustus 2025 sampai 11 Desember 2025 dengan judul “Minat Beli Produk The Originote (Studi di DKI Jakarta)”. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran yang sangat bermanfaat. Penulis menyadari dengan sepuh dan kerendahan hati bahwa tersusunnya skripsi ini bukan hanya atas kemampuan dan usaha penulis semata. Namun juga berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperoleh Pendidikan formal di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan izin dan rekomendasi penelitian sehingga penelitian dapat dilakukan
3. Kaprodi S1 Manajemen yang telah memberikan arahan selama penulis melaksanakan perkuliahan.
4. Bapak Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran yang sangat bermanfaat.
5. Ibu Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si., selaku Ketua Penguji yang telah memberikan masukan, arahan, serta saran yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Guntur Syahputra Saragih, M.S.M selaku Penguji I yang telah memberikan masukan, arahan, serta saran yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Orang tua dan kakak penulis, Santi Maria dan Jesica Leony, serta ponakan penulis tersayang, Viona Valentina, atas segala bantuan, bimbingan, dorongan, serta doa restu yang senantiasa diberikan selama proses penyusunan skripsi.
8. Seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan, harapan, serta doa kepada penulis.
9. Seluruh sahabat penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang telah diberikan.

Jakarta, 15 Desember 2025

Cindy Stefany Farantina Silaen

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Perilaku Konsumen	11
2.1.3 Digital Marketing	11
2.1.4 Minat Beli.....	12
2.1.5 <i>Celebrity Endorser</i>	14
2.1.6 <i>Brand Image</i>	15
2.1.7 <i>Price Perception</i>	17
2.2. Penelitian Sebelumnya	18
2.3. Model Penelitian	28
2.3.1 Kerangka Pemikiran.....	28
2.3.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli	29
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	29
2.3.4 Pengaruh <i>Price Perception</i> terhadap Minat Beli	30
2.4. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.1.1 Definisi Operasional.....	32
3.1.2 Pengukuran Variabel	33
3.2 Populasi dan Sampel	33

3.2.1	Populasi	33
3.2.2	Sampel.....	34
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1	Jenis Data	35
3.3.2	Sumber Data.....	36
3.4	Teknik Analisis Data.....	37
3.4.1	Analisis Deskriptif.....	37
3.4.2	Analisis Inferensial.....	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN	46
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.2	<i>Pre-test</i>	48
4.2.1	Hasil <i>Content Validity</i>	48
4.2.2	Hasil Uji <i>Construct Validity</i>	48
4.3	Deskripsi Data Penelitian	49
4.3.1	Deskripsi Data Responden	49
4.3.2	Analisis Data Deskriptif.....	51
4.4	Analisis Data Inferensial	56
4.4.1	Model Pengukuran (Outer Model).....	56
4.4.2	Model Struktural (Inner Model).....	59
4.5	Pembahasan.....	63
4.5.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorser Credibility</i> terhadap Minat Beli.....	63
4.5.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli.....	65
4.5.3	Pengaruh <i>Price Perception</i> terhadap Minat Beli.....	66
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1	Simpulan.....	69
5.2.	Keterbatasan Penelitian	70
5.3	Saran.....	70
	DAFTAR PUSTAKA	73
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Matrix Hasil Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 2	Pengukuran Variabel	33
Tabel 3	Skala Likert.....	36
Tabel 4	Kisi-kisi Instrumen Penelitian	37
Tabel 5	Peringkat Jawaban Kuesioner.....	38
Tabel 6	Nilai Indeks dan Interpretasi Jawaban Kuesioner.....	39
Tabel 7.	Hasil Content Validity	48
Tabel 8.	Hasil Construct Validity	49
Tabel 9.	Karakteristik Responden.....	50
Tabel 10.	Nilai Indeks dan Interpretasi Jawaban Kuesioner	51
Tabel 11.	Indeks Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Beli (Y).....	52
Tabel 12.	Indeks Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Celebrity Endorser Credibility (X1)</i>	53
Tabel 13.	Indeks Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Brand Image (X2)</i>	54
Tabel 14.	Indeks Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Price Perception (X3)</i>	55
Tabel 15.	Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	57
Tabel 16.	Nilai <i>Average Variance Extracted (HTMT)</i>	57
Tabel 17.	Nilai <i>Composite reliability</i>	58
Tabel 18.	Nilai Cronbach's Alpha	58
Tabel 19.	<i>R-Square</i>	60
Tabel 20.	<i>Q-Square</i>	61
Tabel 21.	Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Aplikasi Yang Sering Digunakan Tahun 2024-2025	1
Gambar 2.	Data Pengguna Media Sosial berdasarkan gender 2024-2025 ...	Error!
Bookmark not defined.		
Gambar 3	Google Trends Minat Produk The Originote 2024 - 2025	Error!
Bookmark not defined.		
Gambar 4	Metode Penelitian.....	28
Gambar 5	Langkah-langkah Analisis PLS	40
Gambar 6.	Inner Model	41
Gambar 7.	Outer Model	41
Gambar 8.	Konstruksi Diagram Jalur	42
Gambar 9.	Logo The Originote	46
Gambar 10.	Produk-Produk The Originote	47
Gambar 11.	Nilai <i>Loading Factor</i> Outer Model	56
Gambar 12.	Nilai Inner Model	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2. Data Kuesioner 108 Responden	71
Lampiran 3. Deskripsi Data Responden.....	81
Lampiran 4. Analisis Data Deskriptif	82
Lampiran 5. Output Outer Model SmartPLS 4.0	84
Lampiran 6. Output Inner Model SmartPLS 4.0.....	85
Lampiran 7. Output Analisis Data SmartPLS 4.0	86
Lampiran 8. T-tabel.....	88