



**ANALISIS MINAT BELI LADYFAMESHOP
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Pengguna Instagram Ladyfameshop di Jatirasa, Jati Asih)**

SKRIPSI

ATIK TINDIYANI

1310111035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2018**



**ANALISIS MINAT BELI LADYFAMESHOP
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Pengguna Instagram Ladyfameshop di Jatirasa, Jati Asih)**

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

**ATIK TINDIYANI
1310111035**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2018**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Atik Tindiyani

NIM. : 1310111035

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

Jakarta, Juni 2018

Yang Menyatakan,



Atik Tindiyani

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Atik Tindiyani
NIM. : 1310111035
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S1
JenisKarya : 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:

Analisis Minat Beli Ladyfameshop Pada Media Sosial Instagram (Studi Pada Pengguna Instagram Ladyfameshop di Jati Rasa, Jati Asih)

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

PadaTanggal : Juni 2018

Yang menyatakan,



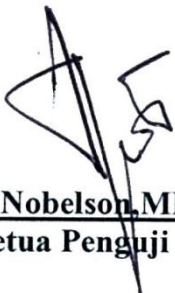
Atik Tindiyani

SKRIPSI
ANALISIS MINAT BELI LADYFAMESHOP
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ATIK TINDIYANI
1310111035

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal : 2 Juli 2018
Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat Untuk Diterima


Drs. Nobelson, MM
Ketua Penguji


Drs. Hariyanto Ridwan, M.M.
Penguji I


Yulinia, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)


Dr. Prasetyo Hadi, SE, MM, CFMP.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Wahyudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi Manajemen S1

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 2 Juli 2018



**PURCHASE INTENTION LADYFAMESHOP OF
SOCIAL MEDIA
(Study User Instagram Ladyfameshop in Jati Rasa, Jati Asih)**

By

Atik Tindiyani

Abstract

This resartch is a quantitative research that purposed to know the influence of celebrity endorser, attribute of product and its cost for interested people to buy Ladyfameshop in social media, mostly is instagram. Population in this research is the people who have instagram account, there are in Jatirasa, Jati Asih. The sample size was taken as many as 60 responden, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done throgh questionnaire distribution. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The result of this study indicate that (1) celebrity endorser has significant influence on purchase intention with coefficient value of 0,442. (2) The attribute product doesn't have the positive influences and it doesn't give for ladyfameshop buyer interested significantly in instagram social media with the coefficient value of 0,240. (3) Price has significant influence on purchase intention with coefficient value of 5,764.

Keywords : *Celebrity endorser, Attribute product, Price, Purchase Intention*

**ANALISIS MINAT BELI LADYFAMESHOPSHOP
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Pengguna Instagram Ladyfameshop di Jati Rasa, Jati Asih)**

Oleh

Atik Tindiyani

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser*, atribut produk, dan harga terhadap perilaku minat beli Ladyfameshop pada media sosial instagram. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna instagram Ladyfameshop di Jati Rasa, Jati Asih. Ukuran sampel diambil sebanyak 60 orang responden, dengan metode *nonprobability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *celebrity endorser* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku minat beli Ladyfameshop pada media sosial instagram dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,442 (2) Atribut produk tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku minat beli Ladyfameshop pada media sosial instagram dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,240. (3) Harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku minat beli Ladyfameshop pada media sosial instagram dengan nilai koefisien jalur sebesar 5,764.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, Atribut Produk, Harga, Iklan, dan 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. 2017/2018

Hari ini Senin , tanggal 02 Juli 2018, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : ATIK TINDIYANI

No.Pokok Mahasiswa : 1310111035

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Analisis minat beli Ladyfameshop pada media sosial instagram

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus**)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, MM	Ketua	1.
2	Drs. Hariyanto Ridwan, MM	Anggota I	2.
3	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



PRAKATA

Pujis yukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya sehingga usulan penelitian ini dapat berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Februari sampai dengan April 2018 dengan Judul **”Analisis Minat Beli Ladyfameshop Pada Media Sosial Instagram (Studi Pengguna Instagram Ladyfameshop di Jatirasa, Jatiasih)”**Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terimakasih kepada Ibu Yuliniar, S.E., M.M dan Bapak Jenji Gunaedi Argo, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat bagi peneliti, serta ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan akademik bagi peneliti selama penelitian.

Disamping itu, ucapan terimakasih juga disampaikan kepada kedua orang tua dan saudari kandung dan yang terkasih yang selalu memberikan dukungannya serta seluruh keluarga yang tiada hentinya memberikan peneliti semangat dan selalu mendoakan yang terbaik, agar usulan penelitian ini berhasil diselesaikan. Ucapan terimakasih juga seluruh teman-teman S1 Manajemen 2013-2014 yang peneliti tidak dapat disebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat peneliti.

Kritik dan saran peneliti harapkan dan semoga usulan penelitian ini dapat bermanfaat.

Jakarta, Juni 2018

Atik Tindiyani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERTANYAAN ORISINALITAS	iii
PERTANYAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN DAN HIPOTESIS	7
II.1 Manajemen Pemasaran	7
II.1.1 Definisi Manajemen Pemasaran	7
II.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	7
II.1.3 <i>Online Marketing</i>	9
II.1.3.1 Definisi <i>Online Marketing</i>	9
II.1.3.2 Manfaat <i>Online Marketing</i>	9
II.1.3.3 Keuntungan <i>Online Marketing</i>	10
II.1.3.3.1 Keuntungan <i>Online Marketing</i> Untuk Marketer	10
II.2 <i>Celebrity Endorser</i>	10
II.2.1 Definisi <i>Celebrity Endorser</i>	10
II.2.1.1 Peran <i>Celebrity Endorser</i>	11
II.2.1.2 Atribut Pendukung <i>Celebrity Endorser</i>	12
II.2.1.3 Jenis-Jenis <i>Endorser</i>	13
II.2.2 Atribut Produk	14
II.2.2.1 Definisi produk.....	14
II.2.2.2 Definisi Atribut Produk	14
II.2.2.3 Unsur-Unsur Atribut Produk	15
II.2.3 Harga	16
II.2.3.1 Definisi Harga	16
II.2.3.2 Tujuan Penetapan Harga.....	17
II.2.3.3 Strategi Penetapan Harga.....	18
II.2.3.4 Tipe-Tipe Program Penetapan Harga	18
II.2.4 Minat Beli	19

II.2.4.1	Definisi Minat Beli	19
II.3	Model Penelitian.....	21
II.4	Pengembangan Hipotesis.....	22
II.4.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	22
II.4.2	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	22
II.4.3	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen.....	23
BAB III	METODE PENELITIAN	24
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
III.1.1	Definisi Operasional	24
III.1.2	Variabel Terikat (Y)	25
III.2	Penentuan Populasi dan Sampel	25
III.2.1	Populasi	25
III.2.2	Sampel	25
III.3	Teknik Pengumpulan Data	25
III.3.1	Jenis Data.....	26
III.3.2	Sumber Data	26
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	28
III.4.1	Partial Least Square (PLS)	28
III.4.1.1	Cara Kerja PLS	28
III.4.1.2	Langkah-Langkah PLS	29
III.4.2	Uji validitas dan Reabilitas.....	29
III.4.3	Uji Hipotesis	30
III.4.3.1	Uji Signifikan Parsial (Uji T)	30
III.4.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	30
III.5	Kerangka Model Penelitian	31
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
IV.1	Deskripsi Penelitian.....	33
IV.1.1	Sejarah Ladyfameshop	33
IV.1.2	Deskripsi Data Responden	35
IV.2	Analisis Data dan Uji Hipotesis	36
IV.2.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	36
IV.2.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	37
IV.2.1.2	Uji Validitas Diskriminan.....	38
IV.2.1.3	Uji Reliabilitas <i>Partial Least Square</i>	39
IV.2.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	40
IV.2.2.1	R-square.....	40
IV.2.2.2	Q-Square	40
IV.2.2.3	Uji Hipotesis	41
IV.2.2.4	Uji Statistik.....	42
IV.3	Pembahasan	44
IV.3.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Perilaku Minat Beli.....	44
IV.3.2	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Perilaku Minat Beli	44
IV.3.3	Pengaruh Harga Terhadap Perilaku Minat Beli.....	44
IV.4	Keterbatasan Penelitian	45

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	46
V.1	Simpulan.....	46
V.2	Saran	46
DAFTAR PUSTAKA.....		47
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel.1	Data followers Ladyfameshop Jati Asih Bekasi dari tahun 2015-2017.....	3
Tabel 2.	Data Top Brand Award online shop 2016-2017	4
Tabel 3.	Pengukuran Variabel	25
Tabel 4.	Skala Likert	27
Tabel 5.	Kisi-kisi Instrumen.....	27
Tabel 6.	Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach.....	30
Tabel 7.	Frekuensi Usia.....	35
Tabel 8.	Pekerjaan/Status*	35
Tabel 9.	Outer Loading Factor Hasil Output PLS.....	37
Tabel 10.	Fornell-Lacker Criterium	38
Tabel 11.	Average Variance Exracted (AVE) Output Hasil PLS	39
Tabel 12.	Composite Reliability Hasil Output PLS	39
Tabel 13.	Cronbach's Alpha Hasil Output	40
Tabel 14.	Nilai R Square Adjusted.....	40
Tabel 15.	Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur	41
Tabel 16.	Hasil Uji t-Statistik.....	42
Tabel 17.	Inteprestasi Hasil Koefisien Jalur.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	22
Gambar 2. Langkah-Langkah Analisis PLS.....	29
Gambar 3. Kerangka Model Penelitian	32
Gambar 4. Nilai Loading Faktor Menggunakan Diagram Jalur PLS	37
Gambar 5. <i>Inner Model</i>	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Penelitian Sebelumnya
Lampiran 2.	Matriks Peneliti Sebelumnya
Lampiran 3.	Kuesioner Penelitian
Lampiran 4.	Data Kuesioner 60 Responden
Lampiran 5.	Hasil Deskripsi Data Responden
Lampiran 6.	Hasil Output Outer Model PLS
Lampiran 7.	Hasil Output Inner Model PLS
Lampiran 8.	Hasil Output Model PLS
Lampiran 9.	Surat Riset