

**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN *CELEBRITY ENDORSER* BTS
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *RE-PURCHASE INTENTION*
PRODUK FILA
(Study Kasus Pada Penggemar BTS)**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



UNIVERSITAS
BAKRIE

NABILA FARHANA

1171001079

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Nabila Farhana

NIM : 1171001079

Tanda Tangan : 

Tanggal : 21 Februari 2023

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Nabila Farhana
NIM : 1171001079
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endorser* BTS Dan *Brand Image* Terhadap *Repurchase Intention* Produk FILA

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirsa Diah Novianti, S.T., M.T., IPM

()

Penguji I : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., MBA, Ph.D.

(
Muchsin)

Penguji II : Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Februari 2023

HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING

NAMA MAHASISWA / NIM	Nabila Farhana / 1171001079
JUDUL SKRIPSI	<i>Analisis Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser BTS dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Produk FILA</i>
DISETUJUI TANGGAL	21 Februari 2023
PEMBIMBING	Mirsa Diah Novianti, S.T., M.T., IPM
PEMBAHAS	Muchsin Saggaf Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D.
PENGUJI	Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “**Analisis Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser BTS Dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Produk FILA**”. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. (Alm) Ayah, Mama, Abang saya Lukman, Adik saya Aulia, Kakak Ipar saya Ristiana, dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis selama masa perkuliahan.
2. Ibu Mirsa Diah Novianti, S.T., M.T., IPM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
3. Bapak Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., MBA, Ph.D., selaku dosen pembahas dalam seminar proposal dan sidang tugas akhir penulis yang telah banyak memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini dan memberikan banyak masukan kepada penulis.
4. Ibu Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M. selaku dosen penguji dalam sidang tugas akhir penulis yang memberikan masukan dalam penulisan tugas akhir dan memberikan masukan kepada penulis.
5. Teman-teman seperjuangan penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir ini yaitu Feren, Mba Tika, Farhan, Ajeng, dan Uphi, yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama melakukan penelitian.
6. Teruntuk Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook yang sudah memberikan dukungan dari jauh walaupun kami belum pernah bertemu secara langsung, tetapi berkat lirik lagunya banyak menginspirasi peneliti untuk tetap semangat menyelesaikan penelitian ini.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak yang terkait kedepannya.

Jakarta, 31 Januari 2023

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Farhana
NIM : 1171001079
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endorser* BTS Dan *Brand Image* Terhadap *Repurchase Intention* Produk FILA” (Studi Kasus Pada Penggemar BTS)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 31 Januari 2023

Yang Menyatakan



(Nabila Farhana)

Analisis Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser BTS Dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Produk FILA

Nabila Farhana

ABSTRAK

Repurchase Intention adalah kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa perilaku pembelian konsumen berulang dalam jangka waktu tertentu, yang secara aktif menyukai produk atau jasa dan memiliki sikap positif berdasarkan pengalaman masa lalu. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui seberapa berpengaruh dari *Celebrity Endorser* BTS dan *Brand Image* terhadap *Repurchase Intention* produk FILA. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah para penggemar BTS, yaitu ARMY dengan total sampel 100 responden. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan *Non-probability Sampling* dengan metode data analisis *multiple linear regression software* SPSS v25. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi Uji Kelayakan Model seperti Uji Validitas dan Reabilitas, Uji Asumsi Klasik seperti Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas dan yang terakhir adalah Uji Hipotesis yang meliputi Uji Parsial (Uji T), Uji Simultan (Uji F) dan Uji Koefisien Determinasi (R^2). Dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yaitu *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Hipotesis kedua menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase Intention*. Hipotesis ketiga menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan antara *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap *Repurchase Intention*.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser, Brand Image, Repurchase Intention.*

*Analysis Of The Effect of using Celebrity Endorser BTS And Brand Image
On Repurchase Intention of FILA Products.*

Nabila Farhana

ABSTRACT

Repurchase Intention is a person's tendency to buy a product or service, repeat consumer buying behavior within a certain period of time, who actively likes the product or service and has a positive attitude based on past experience. In this study, researchers wanted to know how influential BTS Celebrity Endorser and Brand Image were on Repurchase Intention for FILA products. The population taken in this study is BTS fans, namely ARMY with a total sample of 100 respondents. The sampling technique used in this study was non-probability sampling with the multiple linear regression data analysis method using SPSS v25 software. Data analysis techniques in this study include Model Feasibility Tests such as Validity and Reliability Tests, Classical Assumption Tests such as Normality Tests, Multicollinearity Tests, The Heteroscedasticity Test and the last is the Hypothesis Test which includes the Partial Test (T Test), Simultaneous Test (F Test) and the Coefficient of Determination Test (R²). And the results of this study indicate that the first hypothesis, namely Celebrity Endorser has a positive and significant effect on Repurchase Intention. The second hypothesis shows that Brand Image has a positive and significant effect on Repurchase Intention. The third hypothesis shows a positive and significant effect simultaneously between Celebrity Endorser and Brand Image on Repurchase Intention. And the results of this study indicate that the first hypothesis, namely Celebrity Endorser has a positive and significant effect on Repurchase Intention. The second hypothesis shows that Brand Image has a positive and significant effect on Repurchase Intention. The third hypothesis shows a positive and significant effect simultaneously between Celebrity Endorser and Brand Image on Repurchase Intention. And the results of this study indicate that the first hypothesis, namely Celebrity Endorser has a positive and significant effect on Repurchase Intention. The second hypothesis shows that Brand Image has a positive and significant effect on Repurchase Intention. The third hypothesis shows a positive and significant effect simultaneously between Celebrity Endorser and Brand Image on Repurchase Intention.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser, Brand Image, Repurchase Intention.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
Gambar 1.1 Grafik Peningkatan Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 Contoh Produk FILA yang akan rilis	5
Gambar 1.3 Contoh Produk Tas Punggung, Jaket dan Celana.....	5
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Batasan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
BAB 2	10
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS.....	10
2.1 <i>Celebrity Endorser</i>	10
2.1.1 Pengertian <i>Celebrity Endroser</i>	10
2.1.2 Dimensi dan Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	10
2.2 <i>Brand Image</i>	11

2.2.1	Pengertian <i>Brand Image</i>	11
2.2.2	Dimensi dan Indikator <i>Brand Image</i>	11
2.3	<i>Repurchase Intention</i>	12
2.3.1	Pengertian <i>Repurchase Intention</i>	12
2.3.2	Dimensi dan Indikator <i>Re-Purchase Intention</i>	12
2.4	Penelitian Terdahulu	13
	Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.5	Kerangka Berpikir	16
	Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Berpikir.....	16
2.6	Pengembangan Hipotesis.....	16
BAB 3		17
METODE PENELITIAN		17
3.1	Jenis Penelitian.....	17
3.2	Lokasi Penelitian	17
3.3	Variabel Penelitian.....	17
3.4	Operasional Variabel.....	18
	Tabel 3.1 Indikator Celebrity Endorser.....	19
	Tabel 3.2 Indikator Brand Image	20
	Tabel 3.3 Indikator Repurchase Intention.....	21
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	22
3.5.1	Skala Pengukuran	22
	Tabel 3.2 Skala Pengukuran	22
3.6	Populasi dan Sampel.....	23
3.6.1	Populasi.....	23
3.7	Metode Analisis Data	24
3.7.1	Uji Instrumen	24
3.7.1.1	Uji Validitas	24

3.7.1.2	Uji Realibilitas	25
3.7.2	Analisis Deskriptif.....	26
3.7.2.1	Uji Normalitas	26
3.7.2.2	Uji Heteroskedastisitas	27
3.7.2.3	Uji Multikolinearitas.....	27
3.7.3	Uji Regresi Linear Berganda	28
3.8	Uji Hipotesis.....	28
3.8.1	Uji T (Uji Parsial).....	28
3.8.2	Uji F (Uji Simultan)	28
3.8.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	29
BAB 4	30
HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1	Hasil Penelitian.....	30
4.1.1	Pre Test Kuesioner	30
4.1.2.	Uji Instrumen	30
4.1.2.1.	Uji Validitas	30
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Pre-Test.....	30
4.1.2.2.	Uji Reliabilitas	31
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test.....	31
4.2.	Analisis Karakteristik Responden	32
4.3.	Statistik Deskriptif	32
4.3.2.	Jenis Kelamin Responden	32
Tabel 4.3	Jenis Kelamin Responden.....	32
4.3.3.	Usia Responden	33
Tabel 4.4	Usia Responden.....	33
4.3.4.	Jenis Pekerjaan Responden.....	33
Tabel 4.5	Jenis Pekerjaan Responden.....	33

4.3.5.	Wilayah Tempat Tinggal Responden	34
Tabel 4.6	Wilayah Tempat Tinggal Responden	34
4.3.6.	Penghasilan Bulanan Responden.....	35
Tabel 4.7	Penghasilan Bulanan Responden	35
4.4.	Statistik Deskriptif Variabel	35
4.4.2.	Analisis Statistik Deskriptif Indikator <i>Celebrity Endorser</i> (X1).....	35
Tabel 4.8	Analisis Statistik Deskriptif Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	36
4.4.3.	Analisis Statistik Deskriptif Indikator <i>Brand Image</i> (X2)	36
Tabel 4.9	Analisis Statistik Deskriptif Indikator <i>Brand Image</i>	37
4.4.4.	Analisis Statistik Deskriptif Indikator <i>Repurchase Intention</i> (Y)	38
Tabel 4.10	Analisis Statistik Deskriptif Indikator <i>Repurchase Intention</i>	38
4.5.	Uji Asumsi Klasik.....	39
4.5.2.	Uji Normalitas	39
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	39
4.5.3.	Uji Heterokedastisitas.....	40
Tabel 4.12	Hasil Uji Heterokedastisitas	40
4.5.4.	Uji Multikolinearitas.....	40
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	41
4.5.5.	Analisis Regresi Linear Berganda	42
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
4.6.	Uji Hipotesis.....	43
4.6.2.	Uji T (Parsial)	43
Tabel 4.15	Hasil Uji T (Persial).....	44
4.6.3.	Uji F (Simultan).....	45
Tabel 4.16	Hasil Uji F (Simultan)	45
4.6.4.	Determinasi Koefisien (R_2)	46
Tabel 4.17	Hasil Determinasi Koefisien (R_2).....	46

4.7.	Pembahasan hasil dari Penelitian.....	47
4.7.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	47
4.7.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	48
4.7.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Dan <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	49
BAB 5	50
SIMPULAN DAN SARAN	50
4.1	Simpulan	50
4.2	Saran	50
Daftar Pustaka	52
Lampiran	56
1.	Kuesioner	56
2.	Tabel Hasil Uji Validitas Pre-Test.....	59
3.	Tabel Hasil Uji Reabilitas.....	59
4.	Tabel Analisis Karakteristik Responden	60
a.	Jenis Kelamin Responden.....	60
b.	Usia Responden	60
c.	Jenis Pekerjaan Responden.....	60
d.	Wilayah Tempat Tinggal Responden	60
e.	Penghasilan Perbulan Responden	61
5.	Analisis Deskriptif Statistik Indikator	61
a.	Analisis Deskriptif Statistik Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	61
b.	Analisis Deskriptif Statistik Indikator <i>Brand Image</i>	61
c.	Analisis Deskriptif Statistik Indikator <i>Repurchase Intention</i>	62
6.	Uji Asumsi Klasik.....	62
a.	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	62
b.	Uji Heterokedastisitas.....	63
c.	Uji Multikolinearitas.....	63

8.	Analisis Regresi Linear Berganda	64
9.	Uji Hipotesis.....	64
a.	Uji T (Persial)	64
b.	Uji F (Simultan).....	64
c.	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	65