

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* ABEL CANTIKA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ESQA PADA FOLLOWERS
INSTAGRAM @ABELLYC (STUDI KASUS PADA MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS BAKRIE)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

DYANDRA NURUNNISA SARASWATI

1201003118

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2024

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 : Dyandra Nurunnisa Saraswati

NIM : 1201003118

Tanda Tangan :



Tanggal : 29 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dyandra Nurunnisa Saraswati

NIM : 1201003118


Program Studi : Ilmu Komunikasi

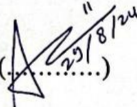
Fakultas : Ekonomi dan Sosial


Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorser* Abel Cantika Terhadap Keputusan Pembelian Produk ESQA Pada *Followers* Instagram @abellyc (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie)

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang dibutuhkan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. (.....) 

Penguji 1 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si. (.....) 

Penguji 2 : Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si. (.....) 

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Celebrity Endorser* Abel Cantika terhadap Keputusan Pembelian Produk ESQA pada *Followers* Instagram @abellyc (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie)" ini dengan baik. Penelitian skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dalam proses penyusunan penelitian ini tentu penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang berperan penting dalam kelancaran dan penyelesaian skripsi ini. Tanpa bantuan mereka, penulis tidak akan mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

Orang tua dan Keluarga

Penulis mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan moril dan materil sehingga penulis dapat mempunyai motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu. Terutama teruntuk Ibu, Almh. Uti dan Alm. Mbahkung yang selalu memberikan doa dan dukungan penuh kepada penulis selama ini hingga penulis dapat melalui setiap jalan dengan lebih mudah dan penuh semangat. Serta penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini,

Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si.

Banyak terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Prima selaku dosen pembimbing yang selalu membantu dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran serta dedikasi selama proses penyusunan skripsi ini. Berkat arahan, masukan, dan motivasi yang diberikan, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Ms. Annisa Fitriana Lestari, S.I.K, M.Si.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Miss Afel selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang konstruktif selama proses setelah Seminar Proposal. Bimbingan dan evaluasi yang diberikan oleh Miss Afel sangat membantu penulis dalam memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini.

Bapak Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos, M.Si.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Kresna selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan penilaian, kritik, dan saran yang sangat berharga dalam penyempurnaan skripsi ini. Penulis sangat menghargai waktu dan perhatian yang telah Bapak Kresna berikan dalam mengkaji serta memberikan arahan yang mendalam, yang membantu penulis memperbaiki kualitas penelitian ini. Saran-saran yang diberikan sangat berarti bagi penulis dalam mengembangkan pemahaman dan penyajian hasil penelitian.

Teman terdekat

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada teman-teman terdekat penulis yang selalu menemani, menghibur dan membantu penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Dukungan dan kebersamaan yang diberikan memberi semangat dan motivasi tambahan yang sangat berarti bagi penulis. Penulis ucapkan terima kasih banyak para teman terdekat penulis dan semua orang yang tidak dapat penulis tulis satu persatu disini yang telah menemani perjalanan penulis selama berkuliah dan memberikan dukungan serta semangat yang tak ternilai harganya.

Raditya Zaumar Ilman

Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Raditya karena selalu menemani penulis dalam keadaan apapun selama berkuliah ataupun di masa penulisan penelitian ini. Terima kasih telah membantu banyak hal dan memberikan dukungan yang tak ternilai harganya. Terima kasih atas semua bantuan, kesabaran, dan perhatian yang telah diberikan, baik selama masa perkuliahan maupun dalam proses penulisan penelitian ini.

Jakarta, 29 Agustus 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dyandra Nurunnisa Saraswati', is centered on the page. The signature is written in a cursive style with a large initial 'D'.

Dyandra Nurunnisa Saraswati

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Dyandra Nurunnisa Saraswati

NIM : 1201003118

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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:

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* ABEL CANTIKA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ESQA PADA FOLLOWERS
INSTAGRAM @ABELLYC (STUDI KASUS PADA MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS BAKRIE)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/ 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 : 29 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Dyandra Nurunnisa Saraswati

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER ABEL CANTIKA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ESQA PADA FOLLOWERS
INSTAGRAM @ABELLYC (STUDI KASUS PADA MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS BAKRIE)**

Dyandra Nurunnisa Saraswati

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian produk ESQA. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu rumus slovin dengan jumlah 256 responden dan olah data dilakukan terhadap 256 responden yang memenuhi kriteria. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan pendekatan *proportional stratified random sampling*. Pengujian pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji uji heteroskedastisitas dan uji linearitas. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis (uji t). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Celebrity Endorser* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui nilai t hitung $15,853 > t$ tabel $1,650$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi sebesar $0,497$, menandakan bahwa mendekati nilai 1 yang berarti *Celebrity Endorser* mampu menjelaskan Keputusan Pembelian sebesar $49,7\%$ dengan baik, Sedangkan $50,1\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian, Media Sosial, Analisis Regresi Sederhana

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER ABEL CANTIKA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ESQA PADA FOLLOWERS
INSTAGRAM @ABELLYC (STUDI KASUS PADA MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS BAKRIE)**

Dyandra Nurunnisa Saraswati

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Celebrity Endorser on Purchasing Decisions for ESQA products. The sample used in this study was the slovin formula with a total of 256 respondents and data processing was carried out on 256 respondents who met the criteria. This study uses probability sampling techniques with a proportional stratified random sampling approach. The tests in this study used validity tests, reliability tests, normality tests, heteroscedasticity tests and linearity tests. The analysis in this study used simple regression analysis, coefficient of determination analysis, hypothesis testing (t test). The results of this study indicate that the Celebrity Endorser variable (X) has a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y) through the t value of $15.853 > t \text{ table } 1.650$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination is 0.497, indicating that it is close to the value of 1, which means that Celebrity Endorser is able to explain Purchasing Decisions by 49.7% well, while 50.1% is influenced by other factors not examined.

Keywords: Celebrity Endorser, Purchase Decision, Social Media, Simple Regression Analysis

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| <u>KATA PENGANTAR</u>..... | <u>iii</u> |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | vi |
| ABSTRAK | viii |
| <u>ABSTRACT</u> | x |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | ixv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 12 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 12 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 12 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 13 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 13 |
| BAB II | 15 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 15 |
| 2.1 Teori yang Relevan | 15 |
| 2.1.1 Celebrity Endorser | 15 |
| 2.1.2 Keputusan Pembelian..... | 17 |
| 2.2 Penelitian Sebelumnya | 21 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 29 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian..... | 30 |
| BAB III..... | 31 |
| METODE PENELITIAN..... | 31 |
| 3.1 Desain dan Pendekatan | 31 |

| | |
|--|-----------|
| 3.2 Populasi dan Sampling..... | 32 |
| 3.2.1 Populasi | 32 |
| 3.2.2 Sampling | 33 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan dan Pengukuran Data..... | 35 |
| 3.3.1 Data Primer | 35 |
| 3.3.2 Data Sekunder | 35 |
| 3.3.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 36 |
| 3.3.4 Teknik Pengukuran Data..... | 36 |
| 3.4 Uji Instrumen Penelitian | 37 |
| 3.4.1 Analisis Deskriptif | 37 |
| 3.4.2 Analisis Uji Bivariat..... | 37 |
| 3.4.3 Uji Validitas | 38 |
| 3.4.4 Uji Reliabilitas | 38 |
| 3.5 Metode Analisis Data..... | 38 |
| 3.5.1 Uji Asumsi Klasik..... | 39 |
| 3.5.2 Analisis Regresi Linear Sederhana | 39 |
| 3.6 Operasionalisasi Variabel..... | 40 |
| 3.6.1 Operasionalisasi Variabel Celebrity Endorser | 41 |
| 3.6.2 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian..... | 42 |
| BAB IV | 44 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 44 |
| 4.1 Gambaran Konteks Penelitian..... | 44 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 44 |
| 4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden..... | 44 |
| 4.2 Penyajian Data | 46 |
| 4.2.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif..... | 46 |
| 4.2.2 Hasil Analisis Bivariat | 52 |
| 4.2.3 Hasil Uji Validitas..... | 53 |
| 4.2.4 Hasil Uji Reliabilitas | 55 |
| 4.3 Metode Analisis Data..... | 56 |
| 4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana | 59 |

| | |
|--|-----------|
| 4.5.1 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana..... | 59 |
| 4.4 Pembahasan..... | 61 |
| 4.4.1 Pengaruh Celebrity Endorser (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 61 |
| BAB V..... | 64 |
| SIMPULAN DAN SARAN..... | 64 |
| 5.1 Simpulan | 64 |
| 5.2 Kendala dan Keterbatasan..... | 65 |
| 5.3 Saran dan Implikasi..... | 65 |
| 5.3.1 Saran bagi Peneliti Berikutnya..... | 65 |
| 5.3.2 Saran bagi Produk ESQA..... | 66 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 67 |
| LAMPIRAN..... | 70 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| <u>Gambar 1.1</u> <u>Survey Penggunaan <i>Make Up</i> dalam sehari-hari</u> | 2 |
| <u>Gambar 1.2</u> <u><i>Make Up Brand Preference</i></u> | 3 |
| <u>Gambar 1.3</u> <u>Filosofi Wardah Terbaru</u> | 4 |
| <u>Gambar 1.4</u> <u>Survey <i>ZAP Beauty Index 2023</i></u> | 7 |
| <u>Gambar 1.5</u> <u>7 Perusahaan Kosmetik Terbesar di Indonesia</u> | 8 |
| <u>Gambar 1.6</u> <u>Produk ESQA</u> | 9 |
| <u>Gambar 1.7</u> <u>Instagram Abel Cantika</u> | 10 |
| <u>Gambar 1.8</u> <u>Aktifitas Abel Cantika di Instagram</u> | 11 |
| <u>Gambar 2.1</u> <u>Proses Keputusan Pembelian</u> | 21 |
| <u>Gambar 4.12</u> <u>Hasil Uji Normalitas Probability Plot</u> | 56 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| <u>Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya</u> | 28 |
| <u>Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Celebrity Endorser</u> | 41 |
| <u>Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian</u> | 42 |
| <u>Tabel 4.1 Program studi responden</u> | 44 |
| <u>Tabel 4.2 Responden berdasarkan jenis kelamin</u> | 45 |
| <u>Tabel 4.3 Responden berdasarkan jenis kelamin</u> | 45 |
| <u>Tabel 4.4 Responden yang mengikuti @abellyc di Instagram</u> | 46 |
| <u>Tabel 4.5 Responden yang menggunakan produk ESQA</u> | 46 |
| <u>Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Celebrity Endorser</u> | 47 |
| <u>Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian</u> | 50 |
| <u>Tabel 4.8 Analisis Bivariat</u> | 52 |
| <u>Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser</u> | 53 |
| <u>Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian</u> | 54 |
| <u>Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas</u> | 55 |
| <u>Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Probability Plot</u> | 56 |
| <u>Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Mirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</u> | 57 |
| <u>Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastitas</u> | 58 |
| <u>Tabel 4.15 Hasil Uji Linearitas Variabel Celebrity Endorser terhadap Variable Keputusan Pembelian</u> | 58 |
| <u>Tabel 4.16 Uji Regresi Linear Sederhana</u> | 59 |
| <u>Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi</u> | 59 |
| <u>Tabel 4.18 Uji Hipotesis (Uji t) Celebrity Endorser dengan Keputusan Pembelian</u> | 60 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian..... | 70 |
| Lampiran2 Tabulasi Data..... | 70 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Validitas..... | 84 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas..... | 85 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 86 |
| Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi..... | 87 |
| Lampiran 7 Tabel Distribusi..... | 88 |