

**PENGARUH IKLAN INSTAGRAM DAN SELEBRITI  
ENDORSEMENT TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG  
PRODUK UNIQLO INDONESIA**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen**




**MOH DANIS**

**1181001110**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA 2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

**Nama** : Moh Danis  
**NIM** : 1181001110  
**Tanda Tangan** :   
**Tanggal** : 23 Agustus 2024

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Moh Danis  
NIM : 1181001110  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Instagram dan Selebriti Endorsment Terhadap  
Minat Membeli Ulang Produk Uniqlo Indonesia

**Telah berhasil di pertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian peryaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Bapak Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc.,MBA.,PhD (  Muchsin )

Penguji I : Bapak Ir. Imbang Jaya Mangkuto, MBA, MSi

Penguji II : Ibu Dominica A. Widyastuti, SE.MM

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 Agustus 2024

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis bisa dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan Instagram Dan Selebriti Endorsement terhadap Minat Membeli Ulang Produk Uniqlo Indonesia”. dengan lancar. Penelitian ini disusun untuk bisa memenuhi salah satu salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari bahwa selesainya skripsi yang dibuat ini tidak terlepas dari dukungan, dan semangat dari berbagai pihak, juga bimbingan yang diberikan, baik bersifat moril atau pun materil, oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini izinkanlah penulis menyampaikan sebuah rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang tulus dan ikhlas dalam memberikan bantuan dan dukungan sepenuhnya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada :

1. Allah SWT

Puji Syukur alhamdulillah yang selalu penulis haturkan kepada Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang dengan rahmat serta karunianya penulis bisa dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan harapan. Karena Allah SWT lah penulis diberikaan kesehatan, kekuatan dan ke imanan dalam menghadapi cobaan di situasi yang berbeda ini.

2. Orang Tua

Penulis Sangat amat Terima kasih kepada kedua orang tua, Ibu Neneng Dan Bapak Sony selaku kedua orang tua yang terus mendukung dan memberikan semangat kepada penulis. Dan berkat kedua orang tua penulis bersemangat untuk bisa menyelesaikan skripsi dan ingin membanggakan mereka.

3. Keluarga

Penulis juga Berterima kasih kepada Mbak Ninis, Mas Iwan, Habibi, Bibi Yuli, Om Asep, Sandy, Bibi Rita, Bibi Ria serta keluarga lainnya, yang telah memberikan dukungan baik bersifat moril atau pun materil yang membuat penulis ingin segera cepat selesai dalam mengerjakan skripsi ini serta juga bisa membanggakan bagi mereka.

4. Bapak Prof. M. Tufiq Amir, S.e., M.M., Ph.D

Penulis Berterima kasih kepada Bapak Prof. M. Tufiq Amir, S.e., M.M., Ph.D Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.

5. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc.,MBA.,PhD  
Penulis Berterima kasih kepada Bapak Muchsin selaku dosen pembimbing yang selalu membantu penulis, dalam proses pengerjaan skripsi ini serta sabar dalam mengajarkan penulis, dan selalu membantu penulis dalam merespon untuk melakukan bimbingan dan revisi tanpa adanya hambatan. Dan tidak lupa memberikan dukungan untuk penulis agar tidak menyerah dan dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dominica A. Widyastuti, SE.MM  
Penulis Berterima kasih kepada Ibu Domi selaku dosen penguji seminar proposal yang sudah memberikan masukan kepada penulis agar penelitian ini menjadi lebih jelas dan lebih baik lagi.
7. Bapak Ir. Imbang Jaya Mangkuto, MBA, MSi  
Penulis Berterima kasih kepada Bapak Imbang selaku dosen penguji sidang skripsi yang sudah memberikan masukan dalam penelitian ini untuk menjadi lebih baik lagi.
8. Mbak Zahra  
Terima kasih Mbak Zahra yang telah membantu penulis di dalam terkait perkuliahan, dan merespon dengan cepat semua pertanyaan yang penulis berikan.
9. Mas Syukro (BAA)  
Terima kasih Mas Syukro yang juga telah membantu saya dalam memberikan informasi terkait tugas akhir atau skripsi ini, dan terima kasih atas bantuan dalam merespon pertanyaan yang cepat dijawab sehingga membantu penulis dalam mengumpulkan hasil akhir.
10. Muthia Devianti Prasetyo  
Terima kasih Muthia selaku Orang yang sangat istimewa bagi penulis, dikarenakan telah banyak membantu dalam memberikan semangat dan motivasi yang kuat, agar penulis bisa dapat menyelesaikan skripsi ini,
11. Sahabat Krisanti  
Terima kasih kepada Adrian, Caraka, Ozi, Naufal dan Iqbal, serta sahabat-sahabat krisanti lainnya, yang telah memberikan dukungan motivasi dan semangat, agar penulis bisa dapat menyelesaikan skripsi ini.

## 12. Sahabat Skuuts Vespa Jakarta

Terima kasih kepada Apeng, Septian, Ambon, Kang deny dan Mas Nanda, serta sehabat-sahabat komunitas skuuts vespa jakarta lainnya, yang telah memberikan dukungan motivasi dan semangat, agar penulis bisa dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis menyadari bahwa ini masih jauh dari kata sempurna, Oleh karena itu, penulis mengharpkan segal bentuk kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar bisa mendapatkan pengembangan dan perbaikan peneliti selanjutnya, Akhir kata penulis memohon maaf atas kurangan dalan penulisan tugas akhir ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan menabahnya wawasan bagi yang membacanya,

Jakarta, 23 Agustus 2024



Moh Danis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Moh Danis  
NIM : 1181001110  
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:

**“Pengaruh Iklan Instagram Dan Selebriti Endorsement Terhadap Minat Membeli Ulang Produk Uniqlo Indonesia”**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal ; 23 Agustus 2024

Yang Menyatakan



( Moh Danis )

# **PENGARUH IKLAN INSTAGRAM DAN SELEBIRTI ENDORSEMENT TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG PRODUK UNIQLO INDONESIA**

**Moh Danis – 1181001110**

---

## **ABSTRAK**

Iklan Instagram dan selebriti endorsement telah menjadi strategi pemasaran yang efektif, masih terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam mengimplementasikan strategi ini. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana mengukur efektivitas dari iklan Instagram dan selebriti endorsement terhadap minat membeli ulang terhadap produk Uniqlo Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh iklan Instagram dan selebriti endorsement terhadap minat membeli ulang produk Uniqlo Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode atau pendekatan kuantitatif berdasarkan pada informasi dan statistik. Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah pada penelitian ini menggunakan kuantitatif untuk mengukur pengaruh iklan Instagram dan selebriti endorsement terhadap minat membeli ulang produk Uniqlo Indonesia. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis dan hasil yang ditemukan bahwa nilai sig. 0,001 dari tingkat signifikansi 0,05. Membuktikan bahwa terdapat pengaruh Iklan Instagram terhadap Minat beli ulang. Berdasarkan hasil dari uji hipotesis dan hasil yang ditemukan bahwa nilai sig. 0,001 dari tingkat signifikansi 0,05. Membuktikan bahwa terdapat pengaruh selebritis endorsment terhadap Minat membeli ulang.

**Kata Kunci :** Iklan Instagram, Selebriti Endorsement, Minat membeli ulang



**THE INFLUENCE OF INSTAGRAM ADVERTISING AND CELEBRITIES  
ENDORSEMENT ON INTEREST IN REPURCHASING UNIQLO INDONESIA  
PRODUCTS**

**Moh Danis – 1181001110**

---

**ABSTRACT**

*While Instagram advertising and celebrity endorsements have become an effective marketing strategy, there are still several challenges faced by companies in implementing this strategy. One of the main challenges is how to measure the effectiveness of Instagram advertising and celebrity endorsements on repurchase interest in Uniqlo Indonesia products. Therefore, this research aims to identify the influence of Instagram advertising and celebrity endorsements on interest in repurchasing Uniqlo Indonesia products. This research uses a quantitative method or approach based on information and statistics. Based on the background and problem formulation in this research, this research uses quantitative methods to measure the influence of Instagram advertising and celebrity endorsements on interest in repurchasing Uniqlo Indonesia products. Based on the results of hypothesis testing and the results found that the sig. 0.001 of the 0.05 significance level. Proving that there is an influence of Instagram Ads on repurchase interest. Based on the results of the hypothesis test and the results found that the sig. 0.001 of the 0.05 significance level. Proving that there is an influence of celebrity endorsements on repurchase interest.*

**Keywords:** *Instagram Ads, Celebrity Endorsements, Repurchase Interest*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Peneleitian.....	3
1.4.1 Manfaat Praktis.....	3
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	3
BAB II.....	4
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS.....	4
2.1 Kajian Pustaka.....	4
2.2 Instagram.....	6
2.2.1 Iklan Instagram .....	7
2.2.2 Selebiriti Endrosmenet .....	10
2.2.3 Minat Membeli Ulang .....	11
2.3 Kerangka Bepikir & Hipotesis .....	13
2.3.1 Hubungan Iklan Inatsgram dan Minat Membeli Ulang.....	14
2.3.2 Hubungan Selebiriti Endorsmnet dan Minat Membeli Ulang.....	14
2.4 Penelitian Terdahulu.....	15
BAB III .....	18
METODOLOGI PENELITIAN.....	18

3.1 Desain Penelitian.....	18
3.2 Populasi Dan Sample .....	18
3.2.1 Populasi .....	18
3.2.2 Sample .....	18
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.4 Teknik Analisis Data .....	20
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	23
BAB IV .....	25
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	25
4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	25
4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	25
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	26
4.2 Profil Responden.....	27
4.3 Tanggapan Reponden Terhadap Variable Penelitaian .....	28
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Iklan Instagram (X1) .....	28
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Selebiriti Endorsmenet (X2).....	30
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Membeli Ulang (Y).....	32
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	34
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	34
4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	35
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	36
4.5 Hasil Analisis Liner Berganda.....	36
4.6 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R2) .....	37
4.7 Uji Hipotesis.....	37
4.7.1 Hasil Uji f .....	37
4.7.2 Hasil Uji t.....	38
4.8 Pemabahasan Hasil penelitian.....	39
4.8.1 Pengaruh Iklan Instagram Terhadap Minat Membeli Ulang Produk Uniqlo Indonesia	39
4.8.2 Pengaruh Selebiriti endorsment Terhadap Minat Membeli Ulang Produk Uniqlo Indonesia.....	39
BAB V .....	41
KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1 Kesimpulan.....	41

5.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA.....	42

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala likert .....	20
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel .....	23
Tabel 4. 1 Uji Validitas.....	25
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas .....	26
Tabel 4. 3 Profil Responden.....	27
Tabel 4. 4 Iklan Instagram .....	28
Tabel 4. 5 Selebrity Endorsment.....	30
Tabel 4. 6 Minat Membeli Ulang.....	32
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas .....	35
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas .....	35
Tabel 4. 9 Regresi Linier Berganda .....	36
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	37
Tabel 4. 11 Hasil Uji f.....	38
Tabel 4. 12 Hasil Uji t.....	38

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Grafik Histogram .....	34
Gambar 4. 2 Normal Probability Plot .....	35
Gambar 4. 3 Scatterplot .....	36