

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* PEMILIK DAN  
*PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP *BRAND ATTITUDE*  
CHRISTINE HAKIM SHOP**

**TUGAS AKHIR**

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



**ANDI NUR MELISA**

**1201703030**

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

**JAKARTA**


**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Andi Nur Melisa

NIM : 1201703030

Tanda Tangan : 

Tanggal : 29 Juli 2024

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Andi Nur Melisa

NIM : 1201703030


Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh *Personal branding* Pemilik dan *Product involvement* Terhadap *Brand attitude* Christine Hakim Shop

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

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Eli Jamilah Mihardja, Ph.D (  )

Penguji : Annisa Fitriana Lestari, M.Si. (  " 27/8/24 )

Penguji : Dr. Prima Mulyasari Agustini, M.Si. (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 9 Agustus 2024

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh *Personal branding* Pemilik dan *Product involvement* Terhadap *Brand attitude* Christine Hakim Shop” . Penyusunan penelitian skripsi ini disusun dalam rangka persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, Dalam penyusunan Tugas Akhir (skripsi) ini, penulis mendapatkan dukungan dan semangat serta dibantu oleh berbagai pihak dalam mengatasi kesulitan yang ada. Untuk menunjukkan rasa terima kasih terhadap pihak terkait, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. **Ibu**

Terima kasih kepada ibu saya yang selalu mendukung dan memacu saya untuk menjadi ibu yang mandiri. Semoga sehat selalu ibuku sayang.

2. **Suami dan Anak**

Terima kasih kepada suami saya yang selalu support baik materi maupun moral dan anak saya yang selalu mengerti ketika saya harus membuka laptop mengerjakan skripsi.

3. **Ibu Eli Jamilah, Ph.D**

Terima kasih kepada Ibu Eli, selaku pembimbing penulis dalam melakukan penyusunan skripsi yang telah bersabar dalam membimbing penulis dalam pengerjaan dan penuntasan skripsi ini.

4. **Mba Annisa Fitriana Lestari, M.Si.**

Terima kasih kepada Mba Afel, yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini, dan juga memberikan arahan seperti halnya revisi kepada penulis, hal tersebut merupakan pembelajaran untuk penulis pada tugas-tugas selanjutnya.

5. **Teman-teman terdekat penulis**

Terima kasih kepada Annisa dan Daniaka yang mau membantu bertukar pikiran dalam penulisan magang ini. Serta teman-teman yang seringkali satu project, Aji, Nabila Sungkar, Alifa, Bangjo, Ka Puspa, Timeh.

6. **Mghfros**

Terima kasih mpiw yang masih mau berteman dengan saya dan selalu menghibur saya dengan *reels* ig yang terkadang diluar nalar. Terima kasih telah menyemangati penulis hingga saat ini.

Jakarta, 29 Juli 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andi Nur Melisa', written in a cursive style.

Andi Nur Melisa

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Andi Nur Melisa  
NIM : 1201703030  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : 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 Fee Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

*“Pengaruh Personal branding Pemilik dan Product involvement Terhadap Brand attitude Christine Hakim Shop”*

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 peneliti/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 Agustus 2024

Yang menyatakan



(Andi Nur Melisa)

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* PEMILIK DAN *PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP *BRAND ATTITUDE* CHRISTINE HAKIM SHOP**

**Andi Nur Melisa**

---

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi yang pesat telah mendorong masyarakat untuk semakin kreatif dalam memanfaatkan teknologi dan informasi, terutama dalam kegiatan promosi. *eCommerce* menjadi pilihan banyak pelaku bisnis karena jangkauannya yang luas dan biaya yang lebih rendah. Pelaku bisnis yang semakin menjamur membuat saingan dalam *eCommerce* pun tidak sedikit. Adapun strategi yang dilakukan oleh Christine Hakim Shop yaitu dengan melakukan *personal branding* pemilik pada sosial media instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *personal branding* pemilik dan *product involvement* terhadap *brand attitude* pada Christine Hakim Shop. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui survei terhadap *followers* interaktif akun instagram pemilik Christine Hakim Shop @loeichristinehakim. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa baik *Personal branding* maupun *Product involvement* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Brand attitude*

Kata Kunci: *Personal Branding, Product Involvement, Brand Attitude.*

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* PEMILIK DAN *PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP *BRAND ATTITUDE* CHRISTINE HAKIM SHOP**

**Andi Nur Melisa**

---

**ABSTRACT**

*The rapid development of technology has driven people to be increasingly creative in utilizing technology and information, especially in promotional activities. eCommerce has become a choice for many business actors due to its wide reach and lower costs. The increasing number of business actors has also resulted in significant competition in eCommerce. The strategy implemented by Christine Hakim Shop is through the owner's personal branding on the Instagram social media platform. This study aims to analyze the influence of the owner's personal branding and product involvement on brand attitude at Christine Hakim Shop. The research method used is quantitative, collecting data through a survey of interactive followers of the Christine Hakim Shop owner's Instagram account @loeichristinehakim. From the results of this study, it can be concluded that both personal branding and product involvement have a significant impact on brand attitude.*

*Keywords: Personal Branding, Product Involvement, Brand Attitude.*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	2
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
BAB II.....	8
KERANGKA PEMIKIRAN .....	8
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya .....	8
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Teoritis .....	13
2.2.1 Personal Branding .....	13
2.2.2 Product Involvement.....	14
2.2.3 Brand Attitude.....	15
2.3 Kerangka Pemikiran .....	17
2.4 Hipotesis .....	19
BAB III .....	20
METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1 Desain dan Pendekatan.....	20
3.2 Populasi .....	20

3.3 Pengumpulan Data.....	21
3.3.1 Sumber Data .....	21
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.4 Teknik Pengukuran Data .....	23
3.5 Teknik Analisis Data.....	23
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	23
3.5.2 Asumsi Klasik.....	23
3.5.3 Uji Hipotesis .....	25
3.6 Operasionalisasi Variabel .....	26
3.7 Keterbatasan Penelitian .....	32
3.8 Uji Coba Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.8.1 Uji Validitas .....	36
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	37
BAB IV .....	39
HASIL PENELITIAN.....	39
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	39
4.1.1 Tentang Christine Hakim Shop.....	39
4.1.2 Produk Christine Hakim Shop .....	39
4.1.3 Instagram Loeichristinehakim .....	40
4.1.4 Karakteristik Responden.....	41
4.2 Hasil Penelitian.....	35
4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
4.2.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	48
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	55
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis.....	62
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
4.2.1 Personal branding Pemilik berpengaruh terhadap Brand attitude Christine Hakim Shop.....	66
4.2.2 Product involvement bengaruh terhadap Brand attitude Pada Christine Hakim Shop .....	67
4.2.3 Personal branding Dan Product involvement berpengaruh Simultan Terhadap Brand attitude Pada Christine Hakim Shop .....	69
BAB V.....	72
KESIMPULAN DAN SARAN.....	72

5.1	Kesimpulan .....	72
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	73
5.3	Saran .....	75
5.3.1	Saran Teoritis .....	75
5.3.1	Saran Praktis .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Usaha eCommerce menurut Waktu yang Dibutuhkan untuk Mulai Penjualan Online Tahun 2022.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	17
Diagram 4. 1 Grafik Jenis Kelamin Responden.....	41
Diagram 4. 2 Grafik Usia Responden .....	42
Diagram 4. 3 Grafik Pekerjaan Responden.....	42
Gambar 4. 1 Histogram Normalitas .....	55
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	57
Gambar 4. 3 Scatterplot .....	59

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya .....	10
Tabel 4. 1 Uji Validitas Variabel Personal branding.....	43
Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel Product involvement .....	44
Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel Brand Attitude.....	46
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas Kuisisioner.....	47
Tabel 4. 5 Uji Statistik Deskriptif .....	48
Tabel 4. 6 Uji Statistik Deskriptif .....	49
Tabel 4. 7 Uji Statistik Deskriptif .....	52
Tabel 4. 8 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov .....	56
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas .....	58
Tabel 4. 10 Uji Glejser .....	59
Tabel 4. 11 Uji Autokorelasi .....	60
Tabel 4. 12 Uji Linearitas Variabel Y dan X1 .....	61
Tabel 4. 13 Uji Linieritas Variabel Y dan X2 .....	61
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linear berganda.....	62
Tabel 4. 15 Uji Simultan (Uji F) .....	63
Tabel 4. 16 Uji Parsial (Uji T).....	64
Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi.....	65