

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN SOSIAL
MEDIA *MARKETING* MELALUI MINAT BELI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SCARLETT WHITENING
DI KOTA KUPANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



OLEH

ANNA MARIA LEONARD

NIM : 32118070

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN SOSIAL
MEDIA *MARKETING* MELALUI MINAT BELI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SCARLETT WHITENING
DI KOTA KUPANG


Yang diajukan oleh :


Nama : Anna Maria Leonard
NIM : 32118070
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I


Pembimbing II


Dr. Simon Sia Niha, S.Pd., M.Si
NIDN: 0818116101


Maria Augustin Lopes Amaral, SE, MM
NIDN : 0011036501

Kupang 2022

Ketua Program Studi Manajemen


Rosadallima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Rabu, 22 Juni 2022
Jam : 11.00 – 13.00 Wita
Tempat : Ruang Kuliah *Microtiching* MM
Atas Nama : Anna Maria Leonard
Nomor Registrasi : 32118070
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

- 1 Ketua : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si
- 2 Sekretaris : Maria Augustin Lopes Amaral, SE,MM
- 3 Penguji I : Anggraeny Paridy, SE, M.Si
- 4 Penguji II : Rosadalima Tisu, SE. MM
- 5 Penguji III : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si



MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Jou Sawa Adrianus, SE. MM
NIDN : 0809055901

Ketua
Program Studi Manajemen



Rosadalima Tisu, SE. MM
NIDN : 0825078305

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“ Percayalah kepada Tuhan dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar kepada pengertianmu sendiri. Akuilah dia dalam segala lakumu, maka ia akan meluruskan jalanmu “

(Amsal 3:5-6)

PERSEMBAHAN

Dengan ungkapan syukur dan terimakasih penulis mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria atas penyertaanNya, sehingga penulis bisa menyelesaikan studi ini tepat waktu.
2. Bapak dan Mama saya yang tercinta, Bapak Anselmus Leonard dan Mama Mery Regina Nenobahan, yang telah membiayai, dan selalu mendoakan penulis dengan tulus dalam menyelesaikan studi ini.

Kupang, Juni 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ Pengaruh *Celebrity Endorsement* Dan Sosial Media *Marketing* Melalui Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian *Scarlett Whitening* Di Kota Kupang “ di bawah bimbingan Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE,M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE,MM selaku pembimbing II.

Scarlett whitening merupakan salah satu produk *skincare brand* lokal asal Indonesia yang didirikan tahun 2017 oleh salah satu artis terkenal yaitu Felicya Angelista.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui persepsi konsumen *celebrity endorsement*, sosial media *marketing*, minat beli dan gambaran tentang keputusan pembelian produk *scarlett whitening* di Kota Kupang. 2) untuk mengetahui signifikansi pengaruh *celebrity endorsement*, sosial media *marketing* terhadap keputusan pembelian *scarlett whitening* di Kota Kupang. 3) untuk mengetahui signifikansi pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian *scarlett whitening* di Kota Kupang, 4) untuk mengetahui signifikansi pengaruh *celebrity endorsement*, sosial media *marketing* terhadap minat beli *scarlett whitening* di Kota Kupang. 5) untuk mengetahui pengaruh minat beli memediasi *celebrity endorsement* dan sosial media *marketing* terhadap keputusan pembelian *scarlett whitening* di Kota Kupang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli dan memakai produk *scarlett whitening* di Kota Kupang. Sampel dalam penelitian ini di tentukan dari jumlah indikator yang digunakan, yaitu sebanyak 18 indikator dan dikalikan 6, sehingga jumlah sampel penelitian ini sebanyak 108 responden. Teknik analisis data adalah analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* berada pada skor 72% dengan kategori baik, sosial media *marketing* 82% dengan kategori baik, minat beli 79% dengan kategori baik, dan keputusan pembelian 75% dengan kategori baik. Semua variabel termasuk dalam kategori baik. Hasil analisis statistik inferensial menunjukkan bahwa: 1) *celebrity endorsement* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *scarlett whitening* di Kota Kupang. 2) sosial media *marketing* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *scarlett whitening* di Kota Kupang. 3) minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *scarlett whitening* di Kota Kupang. 4) *Celebrity endorsement* berpengaruh signifikan terhadap minat beli *scarlett whitening* di Kota Kupang. 5) sosial media *marketing* berpengaruh signifikan terhadap minat beli *scarlett whitening* di Kota Kupang. 6) minat beli memediasi *celebrity endorsement* dan sosial media *marketing* terhadap keputusan pembelian *scarlett whitening* di Kota Kupang.

Owner scarlett whitening perlu memperhatikan dalam memilih *celebrity endorsement* dalam mempromosikan produk agar konsumen tertarik terhadap produk yang di promosikan.

Kata Kunci : *Celebrity Endorsement*, Sosial Media *Marketing*, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan kebaikan-Nya skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Celebrity Endorsement* dan Sosial Media *Marketing* melalui Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian *Scarlett Whitening* di Kota Kupang”** Diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Penyusunan skripsi ini tak terlepas dari bantuan seperti bimbingan, masukan, semangat, dukungan baik fisik maupun rohani dari berbagai pihak. Oleh karena itu, patut diucapkan limpah terima kasih kepada:

1. P. Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, karena telah memberikan kesempatan dan menyediakan fasilitas untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Bapak Jou Sewa Adrianus, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM dan Ibu Maria B. M. G. Wutun, S.E, M.M, selaku ketua Program Studi Manajemen sekaligus penguji II dan sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas

Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan motivasi, dan masukan yang sangat membantu.

4. Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE,MM selaku dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan nasehat selama masa perkuliahan.
5. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE,M.Si selaku dosen pembimbing I dan Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE, MM selaku pembimbing II yang memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan keluangan waktu dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu dosen lainnya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
7. Ibu Anggraeny Paridy SE. M.Si selaku penguji I, yang telah memberikan masukan serta kritik dan saran dalam penyempurnaan penulisan skripsi ini.
8. Para pegawai Tata Usaha, yang sangat membantu dalam menyiapkan segala keperluan perkuliahan.
9. Bunch Beach House yang bersedia memberikan data penjualan.
10. Kepada kedua orang tua kandung, Bapak Anselmus Leonard dan Ibu Mery Regina Nenobahan yang telah mendidik dan membesarkan, serta memberi dorongan juga atas segala dukungan yang telah diberikan.
11. Kepada teman-teman seperjuangan yang membantu dalam penulisan skripsi ini dan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah turut mendoakan dan mendukung penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.

12. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me.*

I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting.

Semoga Tuhan Yesus membalas budi baik semua pihak yang telah memberikan kesempatan, dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Disadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan hati yang terbuka akan menerima kritikan dan saran dari pembaca. Akhir kata, semoga skripsi yang telah disusun ini dapat menambah pengetahuan dan memberikan manfaat bagi para pembaca sekalian.

Kupang, Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN TEORI	11
A. Pemasaran	11
B. Keputusan Pembelian	16
C. Minat Beli	23
D. <i>Celebrity Endorsement</i>	26
E. Sosial Media Marteting.....	33
F. Penelitian Terdahulu	35

G. Kerangka Konseptual	36
H. Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Tempat dan Waktu Penelitian	41
B. Populasi dan Sampel	41
C. Jenis Data	42
D. Teknik Pengambilan Data	43
E. Variabel Penelitian, Defenisi Operasional, Indikator, dan Skala Pengukuran.....	44
F. Metode Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Karakteristik Responden	54
B. Analisis Statistik Deskriptif	58
C. Analisis Statistik Inferensial	63
D. Pengujian Hipotesis dengan Bootstrapping	71
E. Pembahasan Hasil Penelitian	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Bulan Januari di Indonesia Tahun 2021 .	4
Tabel 1.2 Data penjualan Scarlett Whitening di Bunch Beach Hous (<i>Reseller Scarlett Whitening</i> Kota Kupang) Tahun 2018-2021	5
Tabel 1.3 <i>Research Gap</i>	7
Tabel 3.1 Tabel Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator, dan Skala Pengukuran	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	58
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	59
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Sosial Media <i>Marketing</i> (X2)	60
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Minat Beli	61
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.10 Hasil Analisis Outer Loading (<i>Measurement Model</i>).....	65
Tabel 4.11 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	66
Tabel 4.12 <i>Discriminat Validity Cross Loading</i>	67
Tabel 4.13 Nilai <i>Composite Reliability</i>	68
Tabel 4.14 Nilai Cronbatch Alpha	69
Tabel 4.15 Nilai <i>Nilai R Square R²</i>	71
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>)	72
Tabel 4.17 Total Effects.....	74

Tabel 4.18 Specific Indirect Effects.....	75
---	----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Skincare Yang di Gunakan Di kota Kupang.....	6
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 3.1 Diagram Jalur	49
Gambar 4.1 Analisis Jalur PLS Untuk Melihat Outer Model Convergent Validity	65
Gambar 4.2 Hasil Uji Booth strapping.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	92
Lampiran 2. Deskriptif Celebrity Endorsement (X1)	103
Lampiran 3. Deskriptif Sosial Media Marketing (X2).....	106
Lampiran 4. Deskriptif Minat Beli (Y1)	109
Lampiran 5. Deskriptif Keputusan Pembelian (Y2)	112
Lampiran 6. Analisis Jalur PLS Untuk Melihat Outer Model	115
Lampiran 7. Hasil Analisis Outer Loading (Measurement Model)	116
Lampiran 8. Discriminat Validity Cross Loading.....	118
Lampiran 9. Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	117
Lampiran 10. Nilai R Square	119
Lampiran 11. Hasil Uji Booth strapping	120
Lampiran 12 Part Coefficient.....	121
Lampiran 13. Total Effects	122
Lampiran 14. Specific Indirect Effects	123
Lampiran 15 Surat Penelitian.....	124
Lampiran 16 Dokumentasi.....	125