

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN *CELEBRITY*
ENDORSER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
SITUS BELANJA ONLINE ELEVENIA.CO.ID**

SKRIPSI



**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN *CELEBRITY*
ENDORSER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
SITUS BELANJA ONLINE ELEVENIA.CO.ID**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Ledyana Fatmala

Nim : 43113010272

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ledyana Fatmala
NIM : 43113010272
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 09 Februari 2017



Ledyana Fatmala
NIM: 43113010272

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ledyana Fatmala
NIM : 43113010272
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk dan *Celebrity* Endorser
Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs Belanja
Online Elevenia.co.id
Tanggal lulus ujian : Selasa, 14 Maret 2017


Disahkan oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji


Erna S Imaningsih SE., M.Si

Tanggal: 15/3/2017


Priyono, se., me

Tanggal: 15/3/2017


Dekan,

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,


Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal : 16/3/2017


Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal: 16/3-2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk dan *Celebrity* Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen pada situs belanja online di Elevenia.co.id”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kakuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Suryana dan Ibu Fatimah serta kedua adik saya Syahrul Ma'Arif dan M. Rizky Maulana yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, M.M. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, S.T., M.M., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Terimakasih kepada Tri Julianto yang selalu memberikan semangat, motivasi dan do'a yang tiada henti-hentinya.
7. Sahabat saya yang juga seperbimbingan dengan saya Yunita yang selalu memberikan support dan sudah banyak membantu saya dalam menempuh perkuliahan dari awal hingga terselesainya skripsi ini, dan juga selalu memberikan saran dan pendapat serta motivasi dan doa yang tiada henti-hentinya.
8. Sahabat saya yang juga seperbimbingan dengan saya Santi dan Siska yang sudah saling sharing pengetahuan, yang turut berdiskusi, memberikan dukungan satu sama lain, memberikan motivasi serta doa selama menempuh perkuliahan hingga dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman saya Dede, Dekur, Bani, Riri, Intan, dan Vianti yang selalu memberikan motivasi yang luar biasa dan turut berdiskusi selama menyelesaikan skripsi ini.

10. Karyawan dan Partimer Marketing Reguler 1 Universitas Mercu Buana yang senantiasa menyemangati saya agar segera menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi, serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 9 Februari 2017

Ledyana Fatmala

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka.....	12
1. Pemasaran.....	12
2. Manajemen Pemasaran	15
3. <i>E-commerce</i>	16
4. Inovasi Produk	18
1. Dimensi Inovasi Produk	20
5. <i>Celebrity</i> Endorser.....	21
1. Dimensi <i>Celebrity</i> Endorser	23
6. Minat Beli Konsumen	24
1. Dimensi Minat Beli Konsumen.....	28
B. Rerangka Pemikiran	29

1. Penelitian Terdahulu	29
2. Rerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	38
B. Desain Penelitian	39
C. Definisi dan Operasional Variabel	39
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	43
1. Populasi	43
2. Sampel	44
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Metode Analisis Data	46
1. Evaluasi <i>Measurement Model</i>	46
2. Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	53
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	54
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan....	55
f. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja Online.....	56
g. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Belanja Online.....	57
h. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan mengunjungi Toko Online Elevenia.co.id	58

C. Deskripsi Jawaban Responden	59
1. Variabel Inovasi Produk	59
2. Variabel <i>Celebrity</i> Endorser	60
3. Variabel Minat Beli	61
D. Metode Analisis Data : SEM – Partial Least Square.....	61
1. Evaluasi <i>Measurement Model</i> (Outer Model)	62
a. <i>Convergent Validity</i>	62
b. <i>Discriminant Validity</i>	67
c. <i>Composite Reliability dan Cornbachs Alpha</i>	69
2. Pengujian Model Struktural/Uji hipotesis (Inner Model) 70	
a. Nilai R-Square.....	70
b. Goodness-fit Model.....	71
c. Hasil Pengujian Hipotesis	72
E. Pembahasan	73

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	77
B. Saran	77
1. Bagi Perusahaan	78
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	79

DAFTAR PUSTAKA	80
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Data Hasil Pra Study	9
2.1	Penelitian Terdahulu	29
3.1	Operasionalisasi Variabel Inovasi Produk	40
3.2	Operasionalisasi Variabel <i>Celebrity</i> Endorser	41
3.3	Operasionalisasi Variabel Minat Beli	42
3.4	Instrumen Skala Likert	43
4.1	Deskripsi Jawaban Kuisisioner Inovasi Produk	59
4.2	Deskripsi Jawaban Kuisisioner Selebriti Endorser	60
4.3	Deskripsi Jawaban Kuisisioner Minat Beli	61
4.4	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	63
4.5	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	65
4.6	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	67
4.7	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	69
4.8	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i>	70
4.9	Nilai R ² Variabel Endogen	71
4.10	Hasil Pengujian Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Estimasi Penjualan <i>E-commerce</i> B2C di Negara Asia	5
1.2	Proses Pembayaran Elevenia	7
1.3	Data Traffik Pengunjung Situs Elevenia.co.id	8
2.1	Rerangka Konseptual.....	36
4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia	52
4.3	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	53
4.4	Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	54
4.5	Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	55
4.6	Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Belanja Online.....	56
4.7	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pembelian Belanja Online	57
4.8	Karakteristik Berdasarkan Alasan Mengunjungi Elevenia.....	58
4.9	Hasil Algorithm PLS	64
4.10	Hasil Algorithm PLS (Modifikasi).....	66
4.11	Hasil Pengujian Discriminant Validity (AVE).....	69
4.12	Hasil Bootstrapping	73

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	83
Lampiran 2 Data Demografi	88
Lampiran 3 Hasil Kuisisioner Variabel Produk	92
Lampiran 4 Hasil Kuisisioner Variabel <i>Celebrity</i> Endorser	96
Lampiran 5 Hasil Kuisisioner Variabel Minat Beli	100
Lampiran 6 Hasil Uji SEM-SmartPLS.....	104
Lampiran 7 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	105
Lampiran 8 Konstruk Diagram Jalur Modifikasi	106
Lampiran 9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Modifikasi	107
Lampiran 10 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	108
Lampiran 11 Diagram <i>Average Variance Extrcted</i> (AVE).....	109
Lampiran 12 Hasil Uji Reliabilitas	110
Lampiran 13 Hasil Uji R-Square	111
Lampiran 14 Hasil Uji Hipotesis	112
Lampiran 15 Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	113