

**PENGARUH BRAND PERSONALITY DAN CELEBRITY  
ENDORSER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
MELALUI BRAND IMAGE SEPATU ADIDAS**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Mercu Buana)**

**SKRIPSI**

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



**Nama : Nika Aliandra**

**NIM : 43111120180**

Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA

2016

**PENGARUH *BRAND PERSONALITY* DAN *CELEBRITY*  
*ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
MELALUI *BRAND IMAGE* SEPATU ADIDAS**

**(Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Mercu Buana)**



**Nama : Nika Aliandra**

**NIM : 43111120180**

Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA

2016

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nika Aliandra

Nim : 43111120180

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

# MERCU BUANA

Jakarta, 18 Agustus 2016



**Nika Aliandra**

NIM : 43111120180

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Nika Aliandra  
Nim : 43111120180  
Progam Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Personality* dan *Celebrity Endorser*  
Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui *Brand Image*  
Sepatu Adidas

Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji

  
Dr. Mudji Sabar, MBA


  
Dr. Ir. Anik Herminingsih, M.Si


Tanggal : 26-08-2016

Tanggal : 28/8-2016

Dekan,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

  
Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.

  
Dr. Rina Astini, SE., MM.

Tanggal :

Tanggal : 28/8 2016

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan karunia dan rahmat-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen dengan konsentrasi Bisnis pada Fakultas Ekonomi Universitas Mercubuana.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih banyak memiliki kekurangan. Oleh karena itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada pada tulisan ini. Selain itu, penulis juga menyadari bahwa tanpa bantuan, motivasi, dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dari awal masa perkuliahan hingga sampai saat ini, akan sangat berat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

Bapak Dr. Mudji Sabar, MBA, selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi, masukan – masukannya dan saran yang sangat berguna bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak, Ibu, dan Adik tercinta, tidak lupa pula seluruh keluarga besar atas doa, kasih sayang dan dorongan semangat sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi dengan sebaik mungkin untuk membanggakan kalian semua

4. Seluruh Dosen dan Staff Pengajar FEB Universitas Mercubuana, yang sudah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Rekan – rekan seperjuangan satu bimbingan, Fariska, Ziah, Cisca, dan Latifah yang selalu memberikan motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi dengan sebaik mungkin.
6. Teman – teman Astri, Nurul, Dewi, atas persahabatan yang kita miliki, canda – tawa, duka – cita, doa dan semangat yang sudah kalian berikan selama ini.
7. Terakhir, untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu – persatu, yang telah memberikan bantuannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, penulis semoga Allah SWT berkenan untuk membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan.

Jakarta, 16 Agustus 2016

Nika Aliandra

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Kontribusi Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	11
1. Brand .....	11
a. Definisi Brand.....	11

b. Manfaat Brand.....	14
2. Brand Personality	
a. Definisi Personality .....	15
b. Definisi Brand Personality.....	16
c. Dimensi Brand Personality .....	17
3. Celebrity Endorser	
a. Definisi Celebrity Endorser .....	22
b. Dimensi Celebrity Endorser.....	24
4. Brand Image	
a. Definisi Brand Image.....	30
b. Dimensi Brand Image .....	32
5. Minat Beli	
a. Definisi Minat Beli .....	34
b. Faktor-faktor Pembentuk Minat Beli .....	35
B. Penelitian Terdahulu .....	41
C. Hubungan Antar Variabel Penelitian .....	44
1. Pengaruh Brand Personality Terhadap Brand Image .....	44
2. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image.....	46
3. Pengaruh Brand Personality Terhadap Minat Beli .....	47
4. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli.....	48
5. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli.....	50
D. Kerangka Pemikiran Penelitian .....	52
E. Hipotesis Penelitian .....	52



### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	56
1. Waktu Penelitian .....	34
2. Tempat pelaksanaan .....	34
B. Desain penelitian .....	56
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	56
1. Definisi Variabel .....	58
2. Operasional Variabel .....	58
D. Populasi dan Sampel .....	60
1. Populasi Penelitian .....	60
2. Sampel dan Metode Pengambilan Sampel .....	61
E. Teknik Pengumpulan Data .....	62
1. Jenis Data .....	63
a. Data Primer .....	63
b. Data Sekunder .....	64
F. Metode Analisa Data .....	64
1. Analisa Statistik Deskriptif .....	64
2. Uji Validitas .....	65
3. Uji Reliabilitas .....	66
4. Uji Normalitas Data .....	67
5. Uji Outlier Data .....	67
6. Uji Structural Equation Model (SEM) .....	68

7. Tahapan SEM .....	70
8. Uji Hasil Hipotesis Penelitian .....	77

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

xi

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	79
B. Analisa Statistik Deskriptif .....	82
1. Statistik Deskripsi Responden .....	82
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	84
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	85
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	85
2. Statistik Deskripsi Variabel Penelitian .....	86
a. Deskripsi Variabel Brand Personality .....	86
b. Deskripsi Variabel Celebrity Endorser .....	87
c. Deskripsi Variabel Brand Image .....	88
d. Deskripsi Variabel Purchase Intention .....	89
C. Metode Analisis Data .....	89
1. Uji Validitas dengan Konfirmatori .....	89
a. Uji Validitas Brand Personality .....	89
b. Uji Validitas Celebrity Endorser .....	92
c. Uji Validitas Brand Image .....	94
d. Uji Validitas Minat Beli .....	96
2. Uji Reliabilitas.....	98

a. Uji Reliabilitas Variabel Penelitian .....	98
b. Uji Normalitas Variabel .....	99
c. Uji Outlier Variabel Penelitian .....	99
3. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	103
a. Uji Kecocokan Non Modifikasi .....	103
b. Uji Kecocokan Modifikasi .....	106
4. Uji Kecocokan Model Struktural (t-value) .....	108
D. Pengujian Hipotesis .....	110
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	112
 <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	117
B. Saran .....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>120</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>126</b>

## DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Data Top Brand Index Kategori Sepatu 2012 – 2015 .....	4
2.2	Data Kajian Penelitian terdahulu .....	41
3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	58
3.2	Goodness of fit indexes .....	74
3.3	Skala Pengukuran .....	38
3.4	Definisi Operasional Kinerja.....	38
3.5	Skala Pengukuran .....	39
3.6	<i>Goodness of fit indexes</i> .....	46
4.1	Uji Validitas Brand Personality.....	89
4.2	Uji Validitas Celebrity Endorser .....	91
4.3	Uji Validitas Brand Image.....	93
4.4	Uji Validitas Purchase Intention.....	94
4.5	Uji Reliabilitas Variabel .....	96
4.6	Uji Normalitas (One Sample Kolomogorov Smirnov) .....	97
4.7	Uji Outlier Univariate .....	99
4.8	Uji Outlier Multivariate .....	100
4.9	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran Penelitian (non modifikasi) .....	103
4.10	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran Penelitian (Modifikasi) .....	105
4.11	Hasil Pengujian Hipotesis .....	108

## DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Data Revenue Perusahaan Adidas .....	2
2.1	Dimensi Brand Personality .....	18
2.2	Pergerakan dan Makna Endorsement .....	29
2.3	Kerangka Pemikiran Penelitian .....	54
4.1	Logo Perusahaan Adidas Lama .....	79
4.2	Logo Perusahaan Adidas Baru .....	79
4.3	Deskripsi Jenis Kelamin Responden .....	81
4.4	Deskripsi Usia Responden.....	82
4.5	Deskripsi Pendidikan Responden.....	83
4.6	Deskripsi Pendapatan Responden.....	83
4.7	Rekapitulasi Kuesioner Brand Personality .....	84
4.8	Rekapitulasi Kuesioner Celebrity Endorser.....	85
4.9	Rekapitulasi Kuesioner Brand Image .....	86
4.9	Rekapitulasi Kuesioner Brand Image .....	87
4.10	Rekapitulasi Kuesioner Purchase Intention .....	87
4.11	Model Pengukuran Brand Personality .....	89
4.12	Model Pengukuran Celebrity Endorser .....	90
4.13	Model Pengukuran Brand Image .....	92
4.14	Model Pengukuran Purchase Intention .....	94
4.15	Model Pengukuran Konstruk Brand Personality (non modifikasi) .....	102
4.15	Model Pengukuran Konstruk Brand Personality (modifikasi) .....	104
4.15	Model Struktural Variabel ( <i>t-value</i> ) .....	106

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner .....	126
Lampiran 2 Rekapitulasi Karakteristik Responden.....	131
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Kuesioner Jawaban Responden Variabel Brand Personality .....	137
Lampiran 4 Rekapitulasi Data Kuesioner Jawaban Responden Variabel Celebrity Endorser .....	143
Lampiran 5 Rekapitulasi Data Kuesioner Jawaban Responden Variabel Brand Image.....	149
Lampiran 6 Rekapitulasi Data Kuesioner Jawaban Responden Variabel Minat Beli .....	149
Lampiran 7 Hasil Uji SEM Konstruk Pengukuran (Non-Modifikasi) .....	155
Lampiran 8 Hasil Uji SEM Konstruk Pengukuran (Modifikasi) .....	174

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA