

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE* DAN
BRAND TRUST TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PRODUK BRITISH PROPOLIS CV. IPPHO SANTOSA**

SKRIPSI



Nama : Muhammad Farhan Ardian

NIM : 43118010296

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE* DAN
BRAND TRUST TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PRODUK BRITISH PROPOLIS CV. IPPHO SANTOSA**

SKRIPSI

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



Nama : Muhammad Farhan Ardian

NIM : 43118010296

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam penelitian ini :

Judul : Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap *Purchase Intention* Produk British Propolis CV. Ippho Santosa

Bentuk : Penelitian

Nama : Muhammad Farhan Ardian

NIM : 43118010296

Program : S1 Manajemen

Tanggal : 24 July 2021

Merupakan hasil penelitian dan merupakan hasil karya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang diterapkan dengan Surat Keputusan Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

Penelitian ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 24 July 2021



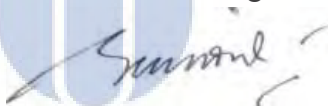
(Muhammad Farhan Ardian)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Farhan Ardian
NIM : 43118010296
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Purchase Intention Produk British Propolis CV. Ippho Santosa
Tanggal Sidang : 26 Oktober 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Syafrizal Chan, SE., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA
11221872



Please Scan
QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap *Purchase Intention* Produk *British Propolis CV. Ippho Santosa*”** skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak terutama kepada Bapak Dr. Syafrizal Chan, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat dalam mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dan juga kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof.Dr.Ir. Andi Adriansyah,M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga dihadapan Allah SWT menjadi amal jariyah untuk Bapak/Ibu. Aamiin.

5. Bapak dan Ibu di bagian Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
6. Orang tua dan kakak-kakak saya yang tak henti-hentinya berjuang dalam doa, dukungan, kasih sayang, dan motivasi, juga tidak lupa kepada seluruh keluarga besar penulis yang memberikan dorongan motivasi sehingga penulis dengan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan usaha maksimal.
7. Dan terakhir saya ucapkan terima kasih juga kepada teman dan sahabat di kampus atas doa, dukungan dan kebersamaan selama periode perkuliahan berlangsung dan juga untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu – persatu, yang telah memberikan bantuan, doa, dan semangatnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman dari penulis. Oleh karena itu, penulis menerima segala bentuk saran serta kritik yang dapat membangun dari seluruh pihak. Selain itu dengan kesadaran penuh penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan pada penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat serta menambah wawasan bagi pembaca dan pihak lain.

Jakarta, 24 July 2021



(Muhammad Farhan Ardian)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Perilaku Konsumen	15
2.1.3 Celebrity Endorser.....	16
2.1.4 Brand Image (Citra Merek).....	18
2.1.5 Brand Trust	24
2.1.6 Purchase Intention.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	31
2.4 Kerangka Konseptual	32

2.5 Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	34
3.2 Desain Penelitian	34
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	35
3.3.1 Definisi Variabel	35
3.3.2 Operasionalisasi Variabel.....	37
3.4 Skala Pengukuran Variabel	38
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.5.1 Populasi Penelitian	40
3.5.2 Sampel Penelitian	40
3.6 Metode Pengumpulan Data	41
3.7 Metode Analisis Data	42
3.7.1 Analisis Partial Least Square (PLS)	42
3.7.2 Asumsi Partial Least Square (PLS)	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.1.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	46
4.2 Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Karakteristik Responden	48
4.2.2 Deskriptif Variabel	52
4.3 Uji Instrumen.....	57
4.3.1 Uji Validitas.....	57
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran	73
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	73
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	74

DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan British Propolis 1 Tahun Terakhir	4
Tabel 1. 2 Data Penjualan British Propolis 1 Tahun Pertama Era Pandemi	4
Tabel 1. 3 Data Penjualan British Propolis Era New Normal.....	5
Tabel 1. 4 Pra Survey	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	37
Tabel 3. 2 Skala Likert	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	51
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	52
Tabel 4. 6 Uji Deskriptif Variabel PI.....	53
Tabel 4. 7 Uji Deskriptif Variabel CE	54
Tabel 4. 8 Uji Deskriptif Variabel BI.....	55
Tabel 4. 9 Uji Deskriptif Variabel BT	56
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	60
Tabel 4. 11 Hasil Output <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	62
Tabel 4. 13 Uji <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker)</i>	63
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas	64
Tabel 4. 15 R-Squared.....	65
Tabel 4. 16 F-Square <i>Coefficients</i>	65
Tabel 4. 17 <i>Path Coefficients</i>	67
Tabel 4. 18 <i>Predictive Relevance</i>	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	33
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	46
Gambar 4. 2 Produk British Propolis	47
Gambar 4. 3 Rancangan Outer Model.....	58
Gambar 4. 4 Hasil Output Diagram	59
Gambar 4. 5 Diagram Path.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden.....	81
Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden	90
Lampiran 4 Hasil Statistik Deskriptif	92

