

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SNEAKERS* MEREK NIKE**

SKRIPSI



Nama : Fanky Oktavio Yulistiyo Firdaus

Nim : 43120110198

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SNEAKERS* MEREK NIKE**

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



**Nama : Fanky Oktavio Yulistiyo Firdaus
Nim : 43120110198**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fanky Oktavio Yulistiyo Firdaus

NIM : 43120110198

Program Studi : 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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 Desember 2024



TGL. 20
METERAI
TEMPEL
B2AMX143009056

Fanky Oktavio Yulistiyo Firdaus

NIM : 43120110198

**PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (*SIMILARITY*)
KARYA ILMIAH**
/SIMILARITY CHECK STATEMENT FOR SCIENTIFIC WORKS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh
/The undersigned, hereby declare that the scientific work written by

Nama */Name* : FANKY OKTAVIO YULISTIYO FIRDAUS
NIM */Student id Number* : 43120110198
Program Studi */Study program* : S1 Manajemen

dengan judul:
/The title:

“PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SNEAKERS MEREK NIKE”

telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem **Turnitin** pada tanggal:
/Has undergone a plagiarism (similarity) check using the Turnitin system on the date:

09 September 2025

didapatkan nilai persentase sebesar:
and the similarity percentage obtained was:

27 %

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 09 September 2025
**Kepala Administrasi/ Tata Usaha
FEB Universitas Mercu Buana**
/Head of FEB Administrator



scan or [click here](#) for verify

Ahmad Faqih, S.E., M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fanky Oktavio Yulistiyo Firdaus
NIM : 43120110198
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SNEAKERS MEREK NIKE
Tanggal Sidang : 12 September 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Ririn Wulandari, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-01254662



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser*, Citra Merek, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan pembelian produk *sneakers* merek Nike. Objek dalam penelitian ini adalah seseorang yang menggunakan *sneakers* merek Nike dan berdomisili di Jakarta Selatan. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 112 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Model (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *celebrity endorser* dan citra merek berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *sneakers* merek Nike, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *sneakers* merek Nike.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Citra Merek, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of celebrity endorsers, Brand Image and Lifestyle on purchasing decisions for Nike brand sneakers. The object of this research is someone who wears Nike brand sneakers and lives in South Jakarta. The Sample used is 112 respondents using a quantitative descriptive approach. The approach used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with a Smart-PLS analysis tool. The results of this study show that the variables of celebrity endorser and brand image have a positive but not significant effect on consumer purchase decision sneakers Nike brand, lifestyle have a positive and significant effect on consumer purchase decision sneakers Nike brand.

Keywords : Celebrity Endorser, Brand Image, Lifestyle, and purchasing decision.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sneakers* Merek Nike.” Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi 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. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercubuana.
2. Bapak Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas dan Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.
3. Bapak Dudi Permana, PH.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.
4. Ibu Dr. Ririn Wulandari, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat- nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Dr. Janfry Sihite, MSM, selaku ketua penguji yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.

6. Ibu Alvita Sari S.E., M.M, selaku anggota penguji II yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Seluruh dosen dan staff Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.
8. Para sahabat saya dan teman teman seperjuangan yang telah banyak untuk memberikan dorongan saya untuk penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta,.....

Fanky Oktavio Yulistiyo Firdaus

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Perilaku Konsumen	11
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	11
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
2. Keputusan Pembelian	12
a. Pengertian Keputusan Pembelian	12

b. Indikator Keputusan Pembelian.....	13
3. <i>Celebrity Endorser</i>	16
a. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	16
b. Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	16
4. Citra Merek.....	17
a. Pengertian Citra Merek.....	17
b. Indikator Citra Merek	19
5. Gaya Hidup.....	21
a. Pengertian Gaya Hidup.....	21
b. Indikator Gaya Hidup	22
6. Penelitian Terdahulu.....	23
B. Pengembangan Hipotesis	26
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian	26
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	26
3. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Waktu dan Tempat Penelitian	29
B. Desain Penelitian.....	29
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	30
1. Definisi Variabel	30
2. Operasionalisasi Variabel.....	32
D. Skala Pengukuran.....	34
E. Populasi dan Sampel Penelitian	34
1. Populasi	34
2. Sampel	35
F. Metode Pengumpulan Data	35
G. Metode Analisis Data	36
1. Analisis Deskriptif.....	36

2. Uji Instrumen.....	37
3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	38
a. Pengertian <i>Partial Least Square</i>	38
b. Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	38
c. Menguji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Analisis Deskriptif.....	43
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	43
2. Deskripsi Responden	45
3. Deskripsi Variabel	47
B. Analisis <i>Partial Least Square</i>	52
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	52
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	57
C. Pembahasan Hasil Peneliiian.....	59
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian	59
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	60
3. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	62
A. Simpulan.....	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Top Brand <i>Sneakers</i> di Indonesia	2
1.2.	Pra Survey	6
2.1.	Penelitian Terdahulu	23
3.1.	Operasioanalisis Variabel	32
3.2.	Instrumen Skala Likert	34
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	47
4.5.	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	48
4.6.	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Citra Merek	49
4.7.	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Gaya Hidup	50
4.8.	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian	51
4.9.	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	53
4.10.	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross loadings)</i>	55
4.11.	Hasil Pengujian AVE.....	56
4.12.	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterion)</i> ..	56
4.13.	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>	57
4.14.	Nilai R-square Variabel Endogen	58
4.15.	Hasil Pengujian Hipotesis	59

MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1.	Kerangka Konseptual Penelitian.....	28
4.1.	Hasil Algoritma PLS.....	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	70
2	Deskripsi Responden	73
3	Deskripsi Variabel	76
4	Hasil Uji Model Pengukuran	88
5	Hasil Uji Model Struktural	91

