

**PENGARUH *CELEBGRAM* (*CELEBRITY ENDORSER*
INSTAGRAM) PADA MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PRODUK *APPAREL BRAND ERIGO*
SECARA *ONLINE***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada Program Studi

Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



Vincensa Dias Saridewi

14.D1.0124

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Vincensa Dias Saridewi
NIM : 14.D1.0124
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : **"Pengaruh *Celebgram (Celebrity Endorser Instagram)* pada Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Apparel Brand Erigo Secara Online.*"**
Dosen Pembimbing : Dr. Berta Berti Retnawati, M.Si

Disetujui di Semarang ,5 September 2018

Dosen Pembimbing



(Dr. Berta Berti Retnawati, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vincensa Dias Saridewi

NIM : 14.D1.0124

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebgram* (*Celebrity Endorser Instagram*) Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Apparel Brand Erigo Secara Online*” adalah hasil penelitian saya dengan supervisi dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 3 Oktober 2018

Yang menyatakan,



Vincensa Dias Saridewi

14.D1.0124

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

“Pengaruh *Celebgram (Celebrity Endorser Instagram)* Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Apparel Brand Erigo Secara Online*”

Yang disusun oleh

Nama : Vincensa Dias Saridewi

NIM : 14.D1.0124

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada hari Jumat tanggal 28 September 2018 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

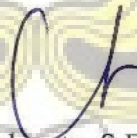
Penguji 1

Penguji 2

Penguji 3



(Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA)

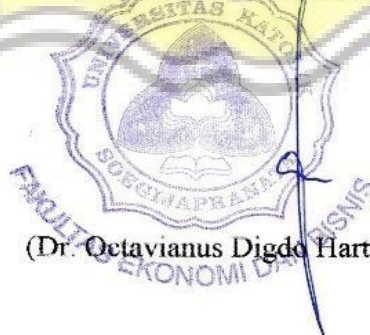


(M. Widyanto, S.E, M.M)



(Dr. Berta Bekti Retnawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Octavianus Digo Hartomo, M.Si, Akt)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia Nya, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. .Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari akan keterbatasan, kemampuan, dan pengetahuan penulis dalam penyusunannya, namun dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang bersangkutan. Ucapan terimakasih penulis haturkan kepada berbagai pihak yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Pihak-pihak tersebut adalah:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan karunia yang telah diberikan. Penulis skripsi ini tidak lepas dari campur tangan Tuhan. Dengan ketekunan dan kesabaran yang diberikan kepada penulis, skripsi ini dapat terselesaikan..
2. Ibu Dr. Berta Berti Retnawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan meluangkan banyak waktu selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA dan Bapak M. Widyanto, S.E, M.Mselaku dosen penguji yang juga telah meluangkan waktu memberikan masukan yang bermanfaat selama penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata yang telah mendidik dan membekali ilmu.
5. Para staf dan pelaksana administrasi Universitas Katolik Soegijapranata yang telah membantu saya selama masa perkuliahan.
6. Keluarga saya tercinta, Ayahanda Paulus Himawan Setyo Wibowo dan Ibunda Maria Cicilia Wiwin Waluyani dan adik saya Marcelline Veda Saridewi yang telah memberikan perhatian, doa dan dukungan yang luar biasa.
7. Agustinus Argadika Adi Nugroho yang telah memberi semangat, doa dan dukungan selama penyusunan skripsi.

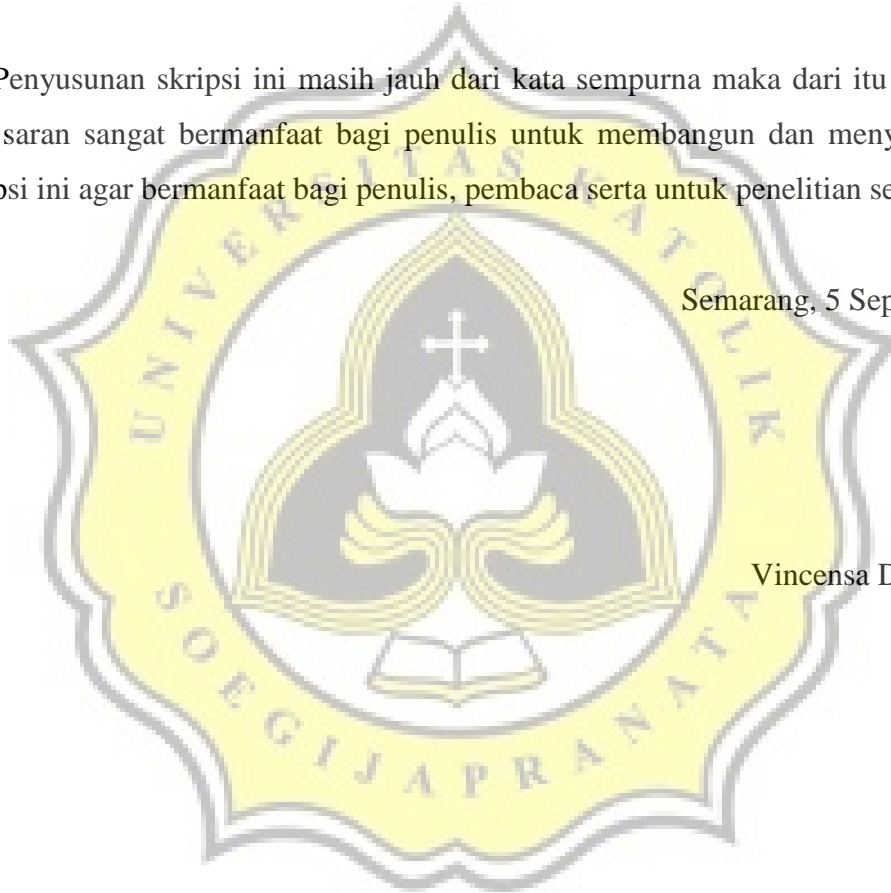
8. Sahabat saya, Elvina Marsha yang selalu cerewet masalah skripsi.
9. Teman dekat saya Dinda, Amel, Sukma, Vita yang selalu support dan dukung saya.
10. Para responden yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner
11. Seluruh pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna maka dari itu segala kritik dan saran sangat bermanfaat bagi penulis untuk membangun dan menyempurnakan skripsi ini agar bermanfaat bagi penulis, pembaca serta untuk penelitian selanjutnya.

Semarang, 5 September 2018

Penulis.

Vincensa Dias Saridewi



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vincensa DiasSaridewi

NIM : 14.D1.0124

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*NonexclusiveRoyalty-Free Right*) atas skripsi yang berjudul :

:”Pengaruh *Celebgram (Celebrity Endorser Instagram)* pada Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Apparel Brand Erigo Secara Online.*”. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 3 Oktober 2018

Yang menyatakan

Vincensa Dias Saridewi

ABSTRAK

Penentuan selebriti menjadi penting bagi sebuah brand suatu produk karena merujuk pada sebuah aset yang berkaitan dengan minat beli konsumen. Studi ini bertujuan untuk melakukan kajian bagaimana pengaruh VisCAP terhadap minat beli yang diwakili oleh brand Erigo. Data yang diperlukan dalam studi ini diperoleh melalui kuesioner yang diberikan pada konsumen yang pernah membeli produk Erigo minimal 2 kali. Analisis data untuk tujuan studi ini dilakukan dengan menggunakan uji normalitas, analisis regresi berganda dan uji F. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel *visibility* (kepopuleran) dan *attraction* (daya tarik) berpengaruh positif terhadap minat beli, sedangkan variabel *credibility* (kredibilitas) dan *power* (kekuatan) berpengaruh negatif terhadap minat beli.

Kata Kunci : *Celebrity endorser, VisCAP, minat beli*

ABSTRACT

Determination of celebrities is important for a brand of a product because it refers to an asset that is related to consumer buying interest. This study aims to study how VisCAP's influence on buying interest is represented by the Erigo brand. The data needed in this study was obtained through a questionnaire given to consumers who had purchased Erigo products at least 2 times. Data analysis for the purpose of this study was conducted using normality test, multiple regression analysis and F test. The results showed that visibility (attraction) and attraction variables had a positive effect on buying interest, while the credibility and power variables have a negative effect on buying interest.

Keywords: *Celebrity endorser, VisCAP, buying interest*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Tujuan dan Manfaat	11
BAB II. LANDASAN TEORITIS	12
2.1. Teori Yang Berkenaan dengan Variabel Penelitian	12
2.2. Kerangka Pikir	21
2.3. Hipotesis	22
2.4. Definisi Operasional Variabel	23
BAB III. METODE PENELITIAN	26

3.1. Objek Penelitian	26
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	26
3.3. Metode Pengumpulan Data	27
3.4. Analisis Data	30
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Deskripsi Karakteristik Responden	33
4.2. Uji Validitas dan Reabilitas	37
4.3. Analisis Data	39
4.3.1 Statistik Deskriptif	39
4.3.2 Uji Normalitas	48
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.3.4 Uji F	52
BAB V. PENUTUP	54
5.1. Kesimpulan	54
5.2. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Berbagai Negara Tahun 2017.....	2
Tabel 1.2. <i>Celebrity Endorser</i> Artis di Instagram	5
Tabel 1.3 <i>Celebrity Endorser</i> Non Artis di Instagram	6
Tabel 3.3 Kategori Rentang Skala	30
Tabel 4.1 Pekerjaan Responden	33
Tabel 4.2 Domisili Responden	34
Tabel 4.3 Pembelian Barang di Onlineshop Selama 6 Bulan Terakhir	34
Tabel 4.4 Barang yang Pernah Dibeli di Onlineshop	35
Tabel 4.5 Barang yang Sering Dibeli di Onlineshop	35
Tabel 4.6 Jumlah Biaya Yang Sering Dikeluarkan Untuk Sekali Belanja Onlineshop.....	36
Tabel 4.7 Barang yang Pernah Dibeli di Erigo	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Penelitian.....	37
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Visibility</i> dan <i>Credibility</i>	40
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Attraction</i> dan <i>Power</i>	43
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli.....	46
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	49
Tabel 4.15 Hasil Uji F	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kutipan Konsumen Erigo di Youtube 8

