DAMPAK *CELEBGRAM ENDORSEMENT, ONLINE MARKETING,* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEDAI KOPI KESUWON DI JEMBER

(Studi Pada Pelanggan Kedai Kopi Kesuwon di Jember)

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Shintya Styo Purnomo Putri

NIM. 1610411160

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2020

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shintya Styo Purnomo Putri

NIM : 1610411160

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Dampak *Celebgram Endorsement, Online Marketing,* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Kesuwon di Jember; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyatan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Mei 2020

Yang menyatakan,

Shintya Styo Purnomo P.

NIM. 16.10.411.160

SKRIPSI

DAMPAK *CELEBGRAM ENDORSEMENT, ONLINE MARKETING,* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEDAI KOPI KESUWON DI JEMBER

(Studi Pada Pelanggan Kedai Kopi Kesuwon di Jember)

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Shintya Styo Purnomo Putri
NIM. 1610411160

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Drs. Akhmad Suharto, MP

Dosen Pembimbing Pendamping : Pawestri Winahyu S.Psi., MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Dampak *Celebgram Endorsement, Online Marketing,* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Kesuwon di Jember (Studi pada Pelanggan Kedai Kopi Kesuwon di Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Shintya Styo Purnomo Putri
NIM : 1610411160
Hari : Rabu
Tanggal : 01 - Juli - 2020
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Toni Herlambang, MM
NPK 06 03 425

Anggota 1,

Drs. Akhmad Suharto ,MP
NPK 0701126202

Anggota 2,

Pawestri Winahyu, S.Psi.,MM
NPK 19820526.1.1703.800

Mengesahkan:

Dekan,

Maheni Ika Sari, SE,MM
NPK 0011087701

Ketua Jurusan,

Haris Hermawan. SE., MM
NPK 15 03 640

MOTTO

“Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan”

(Ali bin Abi Thalib)

“Ilmu pengetahuan itu bukanlah yang dihafal, melainkan yang memberi manfaat”

(Imam Syafi’i)

“Sukses adalah saat persiapan dan kesempatan bertemu”

(Bobby Unser)

“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua”

(Aristoteles)

PERSEMBAHAN

Alhamdulilah puji syukur aku panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan , pemahaman dan Kasih- Nya kepadaku dalam mengerjakan skripsi ini,tidak lupa aku ucapkan banyak – banyak terimakasih kepada semua yang telah membantu aku didalam menyelesaikan skripsi ini diantaranya:

1. Kedua Orang tua Bapak Eko Purnomo dan ibu Yulis Styowati yang selalu memberikan keikhlasan doa, perhatian, motivasi, kasih sayang tak terhingga, tenaga, waktu dan dukungan baik secara moril maupun materil kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Adik kandungku Nesya Styo Purnomo Putri yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Semua keluarga besarku tersayang, terima kasih sudah perduli memberi doa-doa dan dukungan selama ini.
4. Pasangan spesialku Glory Sangkar Nasution, yang sudah banyak membantu penelitian ini, dan selalu mensupport juga memberi keikhklasan doa, perhatian, motivasi, kasih sayang yang tak terhingga, tenaga, waktu, dan dukungan yang lebih kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Teman-teman kelas D manajemen yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Para sahabat tercinta Dita Ayuningtyas, Noviawati, Erina Mauidatul, Reza Fahrezi, Paradigma, Della Pratiwi dan semua sahabat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan dan bantuan kalian selama ini.
7. Keluarga besar Mahasiswa S-1 Manajemen, khususnya angkatan 2016 yang telah menjalani suka dan duka dalam penyelesaian skripsi, terimakasih atas persahabatanya, kerja sama dan bantuanya.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang atas segala rahmat dan hidayah-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "Dampak *Endorsment Celebgram, Online Marketing*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kedai Kopi Kesuwon Di Jember" dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun guna memperoleh gelar sarjana srata 1 (SI) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Jember.

Terselesaikanya penyusunan skripsi ini tidak terepas dari bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segenap kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hanafi M.Pd. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Dr. Arik Susbiyani, Msi. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Haris Hermawan SE, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Drs. Akhmad Suharto, MP. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan kesabaranya dalam membimbing saya sampai terselesaikanya skripsi ini dengan baik.
5. Pawestri Winahnyu, S,Psi.MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan kesabaranya daam membimbing saya sampai terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
6. Dr. Toni Herlambang, MM. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan kesabaranya dalam membimbing dan menguji sampai terselesaikanya skripsi ini dengan baik.
7. Segenap keluarga besar Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, yang telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki selama perkuliahan. Serta segenap staf pengajar, karyawan dan karyawati Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
8. Riza Shahab, selaku pemilik Kedai Kopi Kesuwon yang telah memberikan ijin untuk Obyek penelitian dan meluangkan waktunya sampai terseesaikan skripsi ini.
9. Para Konsumen Kedai Kopi Kesuwon, terimakasih sudah membantu penelitian saya.
10. Kedua Orang tua Bapak Eko Purnomo dan ibu Yulis Styowati yang selalu memberikan keikhlasan doa, perhatian, motivasi, kasih sayang tak

terhingga, tenaga, waktu dan dukungan baik secara moril maupun materil kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

11. Adik kandungku Nesya Styo Purnomo Putri yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
12. Semua keluarga besarku tersayang, terima kasih sudah perduli memberi doa-doa dan dukungan selama ini.
13. Pasangan spesialku Glory Sangkar Nasution, yang sudah banyak membantu penelitian ini, dan selalu mensupport juga memberi keikhklasan doa, perhatian, motivasi, kasih sayang yang tak terhingga, tenaga, waktu, dan dukungan yang lebih kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
14. Teman-teman kelas D manajemen yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
15. Para sahabat tercinta Dita Ayuningtyas, Noviawati, Erina Mauidatul, Reza Fahrezi, Paradigma, Della Pratiwi dan semua sahabat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan dan bantuan kalian selama ini.
16. Keluarga besar Mahasiswa S-1 Manajemen, khususnya angkatan 2016 yang telah menjalani suka dan duka dalam penyelesaian skripsi, terimakasih atas persahabatanya, kerja sama dan bantuanya.
17. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa sebagai manusia biasa yang tidak luput dari kekeliruan dan kekhilafan baik disengaja maupun tidak disengaja. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis akan menerima semua kritikan dan saran yang bersifat membangun demi penyempurna skripsi ini pada masa mendatang, semoga Allah SWT senantiasa memberikan kepada kita petunjuk jalan hidup yang lurus, dan hanya kepada-NYA kita semua memohon ampun.

Jember, Mei 2020
Penyusun

Shintya Styo P. P.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN PERNYATAAN iii
HALAMAN PEMBIMBING iv
HALAMAN PENGESAHAN v
MOTTO vi
HALAMAN PERSEMBAHAN vii
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
KATA PENGANTAR x
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR GAMBAR xvi
DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB 1. PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 8
1.3 Tujuan Penelitian 8
1.4 Kegunaan Penelitian 8
1.4.1 Manfaat aspek akademis 8
1.4.2 Manfaat aspek praktis 9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA 10
2.1 Tinjauan Teori 10
2.2 Celebgram Endorsment 10
2.2.1 Pengertian Celebgram Endorsment 10
2.2.2 Pengertian Metode VisCAP 11
2.3 Online Marketing 12
2.3.1 Pengertian Online Marketing 12
2.4 Brand Image (Citra Merek) 13
2.4.1 Pengertian Brand Image (Citra Merek) 13
2.4.2 Dua Faktor Utama Brand Image (Citra Merek) 13
2.4.3 Faktor-faktor Yang Membangun Brand Image 14
2.5 Keputusan Pembelian 15
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian 15
2.6 Penelitian Terdahulu 17
2.7 Kerangka Konseptual 19
2.8 Hipotesis 20
2.8.1 Pengaruh Celebrity Endorsment Terhadap keputusan Pembelian 20
2.8.2 Pengaruh Online Marketing Terhadap Keputusan Pembelian 21
2.8.3 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian 21
BAB 3. METODE PENELITIAN 22
3.1 Definisi Operasional Variabel 22

3.2 Desain Penelitian 23
3.3 Jenis Data 23
3.3.1 Data Primer 23
3.3.2 Data Sekunder 24
3.4 Metode Pengumpulan Sampel 24
3.4.1 Populasi 24
3.4.2 Sampel 24
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel 25
1.5 Teknik Pengumpulan Data 26
1.6 Teknik Analisis Data 27
3.6.1 Uji Instrumen Data 27
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda 28
3.6.3 Uji Asumsi Kasik 29
3.6.4 Pengujian Hipotesis Penelitian 30
3.6.4.1 Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t) 30
3.6.4.2 Analisis Koefisien Determinasi 31
BAB 4.HASIL DAN PEMBAHASAN 32
4.1 Gambaran Umum Hasil Penelitian 32
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 32
4.2 Hasil Analisis Data 33
4.2.1 Statistik Deskriptif Responden 33
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel 34
4.2.2.1 Celebgram Endorsment 34
4.2.2.2 Online Marketing 36
4.2.2.3 Brand Image 38
4.2.2.4 Keputusan Pembelian 38
4.3 Uji Instrumen Data 40
4.3.1 Uji Validitas 40

4.3.2 Uji Reliabilitas 41
4.4 Analisis Regeresi Linier Berganda 41
4.5 Uji Asumsi Klasik 43
4.5.1 Uji Multikolinearitas 43
4.5.2 Uji Heterokedastisitas 43
4.5.3 Uji Normalitas 44
4.6 Uji Hipotesis 45
4.7 Uji Koefisien Determinan Berganda (R2) 46
4.8 Pembahasan 46
BAB 5.KESIMPULAN DAN SARAN 49
5.1 Kesimpulan 49
5.2 Saran 49

DAFTAR PUSTAKA 50

DAFTAR TABEL

Table 1.1 peningkatan jumlah konsumen di kedai kopi kesuwon selama 3 bulan pada awal pembukaan tahun 2018 6

Table 1.2 Peningkatan jumlah konsumen di kedai kopi kesuwon selama 1 Tahun(2018-2019) 7

Tabel 1.3 Data Penjualan *Online* dan *Offline* Pada Bulan Agustus 2019..... 7

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... 18

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel..... 22

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Responden Menurut Usia..... 33

Tabel 4.2 Deskriptif Statistik Responden Menurut Jenis Kelamin 34

Tabel 4.3 Deskriptif Statistik Responden Menurut Pekerjaan..... 34

Tabel 4.4 Frekuensi Pertanyaan Responden Terhadap *Celebgram Endorsment*.... *34*

Tabel 4.5 Frekuensi Pertanyaan Responden Terhadap *Online Marketing* *36*

Tabel 4.6 Frekuensi Pertanyaan Responden Terhadap *Brand Image* *38*

Tabel 4.7 Frekuensi Pertanyaan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 39

Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas..... 40

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas 41

Tabel 4.10: Hasil Analisis Linier Berganda 42

Tabel 4.11: Hasil Uji Multikolinearitas..... 43

Tabel 4.12: Hasil Uji t..... 45

Tabel 4.13: Hasil Uji Koefisien Determinasi 46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Tahapan proses pengambilan keputusan pembelian 16

Gambar 2.2: Kerangka Konseptual Penelitian..... 19

Gambar 4.3 Uji Heterokedastistitas 43

Gambar 4.4 : Hasil Uji Normalitas 44

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: KUESIONER

LAMPIRAN 2: REKAPITULASI KUESIONER

LAMPIRAN 3: FREKUENSI PERNYATAAN RESPONDEN

LAMPIRAN 4: HASIL UJI RELIABILITAS

LAMPIRAN 5:HASIL UJI UJI REGRESI, UJI ASUMSI KLASIK DAN UJI HIPOTESIS

LAMPIRAN 6: TABEL R *PRODUCT MOMENT*, TABEL DISTRIBUSI F, DAN TABEL DISTRIBUSI T

LAMPIRAN 7: DOKUMENTASI