

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN ES TEH INDONESIA DI KOTA BEKASI**

Skripsi diajukan untuk melengkapi  
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Nabila Salsa Arianto

NPM: 41183402190157



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45**

**FAKULTAS EKONOMI**

**BEKASI**

**2024**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

### PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES TEH INDONESIA DI KOTA BEKASI

Tanggal : 20 Maret 2024

Oleh:

Nabila Salsa Arianto

NPM: 41183402190157

Disetujui,

Pembimbing



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN ES TEH INDONESIA DI KOTA BEKASI**

Tanggal : 27 Maret 2024

Oleh:

Nabila Salsa Arianto  
NPM: 41183402190157

Diuji oleh,

Penguji I



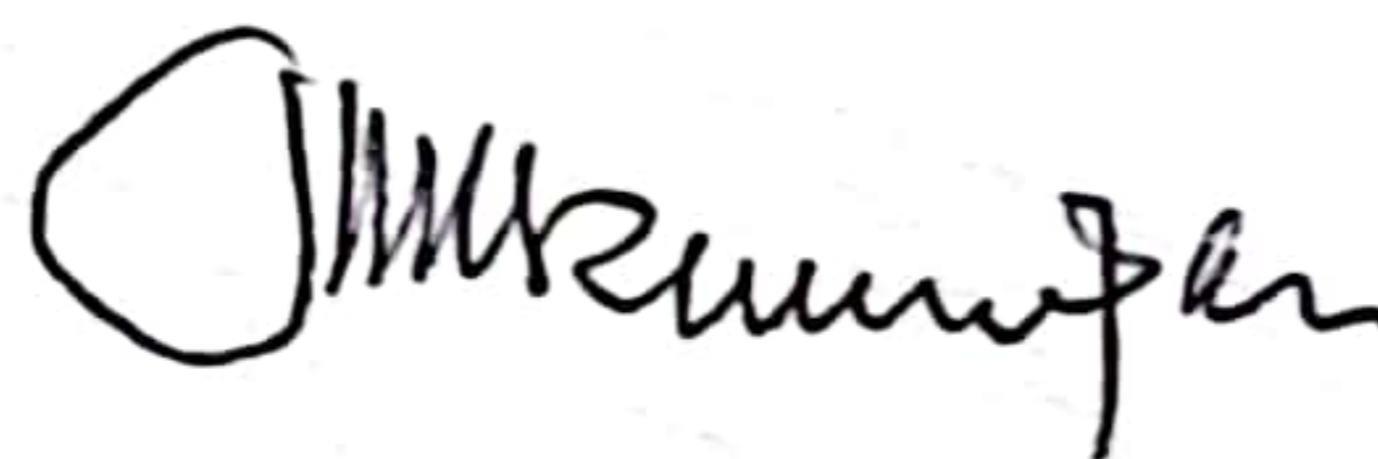
Dr. Rianti Setyawasih, Ir., M.E.

Penguji II



Tuti Sulastri, Dra., M.M.

Mengetahui,  
Pembimbing




Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nabila Salsa Arianto

NPM : 41183402190157

Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Indonesia di Kota Bekasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, serta pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana pada suatu perguruan tinggi mana pun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan duplikasi, plagiarisme atau terdapat penyimpangan, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik atau sanksi yang berlaku. Demikian lembar pernyataan ini saya buat sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun.

Bekasi, 29 Februari 2024

Yang Menyatakan,

  
Nabila Salsa Arianto

10000  
METERAI TEMPEL  
E726BALX001957844

## ABSTRAK

Nabila Salsa Arianto (41183402190157)

Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Indonesia di Kota Bekasi

xiv + 111 Halaman + 26 Tabel + 5 Gambar + 17 Lampiran

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, *Brand Awareness* dan Keputusan Pembelian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Indonesia di Kota Bekasi. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian dan mengonsumsi produk minuman Es Teh Indonesia di Kota Bekasi minimal satu kali pembelian. Sampel penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda yang dihitung dengan menggunakan program SPSS versi 25.0.

Berdasarkan jawaban kuesioner yang telah diolah dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil regresi berganda  $Y = 1,257 + 0,361 X_1 + 1,189 X_2$  sedangkan hasil uji F (secara simultan) diperoleh variabel *celebrity endorser* dan *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji Anova (uji F) diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 141,611 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan yang sudah ditetapkan yaitu 0,05. Maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, dapat diartikan bahwa *celebrity endorser* dan *brand awareness* memengaruhi keputusan pembelian sebesar 141,611. Hasil uji t (secara parsial) menunjukkan *celebrity endorser* ( $X_1$ ) dan *brand awareness* ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) hal ini dibuktikan dengan hasil uji t hitung  $\beta_1$  sebesar 3,765 dengan tingkat signifikan 0,000 dan hasil uji t hitung  $\beta_2$  sebesar 9,839 dengan tingkat signifikan 0,000 maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *celebrity endorser* dan *brand awareness* memengaruhi keputusan pembelian sebesar 3,765 dan 9,839. Dari perhitungan secara statistik angka koefisien determinasi (adjusted R Square) = 0,740 artinya pengaruh *celebrity endorser* ( $X_1$ ) dan *brand awareness* ( $X_2$ ) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) adalah 74,0%, sedangkan sisanya 26,0% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka: 37 (2010-2023)

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmaanirrahiim.*

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Puji serta syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah Swt atas limpahan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul: “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Indonesia di Kota Bekasi”. Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan di dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi S-1 pada Program Studi Manajemen, Universitas Islam 45 Bekasi.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih terutama kepada yang terhormat :

1. Ibu Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, meluangkan waktu, serta memberikan saran dan berbagai masukan sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dr. Rianti Setyawasih, Ir., M.E. dan ibu Tuti Sulastri, Dra., M.M. selaku dosen penguji skripsi yang telah banyak memberikan masukan dan saran sehingga penyusunan skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
5. Kepada laki-laki kuat yang bercita-cita menyekolahkan putrinya sampai sarjana yaitu ayah saya, Shofianto Alex. Terima kasih atas segala kasih sayang, nasihat, motivasi, dukungan, dan doa yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selalu temani disetiap prosesku ya pah. *i love u pah.*

6. Kepada almh Arningsih perempuan hebat yang biasa saya sebut mama. Terima kasih sudah melahirkan, membesarkan, mendidik saya dengan penuh cinta dan kasih sayang. Terima kasih sudah menjadi alasan utama saya semangat dalam menyelesaikan skripsi ini, meski tidak menemani sampai akhir namun gelar ini saya berikan untuk mama. *i love u and i miss u mah.*
7. Kepada kucing saya Boy, terima kasih sudah menemani sampai sejauh ini, dan selalu menjadi penyemangat ketika penulis mulai merasa jenuh.
8. Kepada *room mate* kkn saya Kak Yuli, Kak Mutiara, Mba Herlina, Monalisa, Alfina, dan Viranti yang sampai sekarang masih berteman baik dan selalu memberi dukungan dan semangat, terima kasih.
9. Kepada pemilik serta karyawan outlet Es Teh Indonesia, terima kasih telah bersedia memberi kemudahan dalam pengambilan data yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini.
10. *Last but not least*, diri saya sendiri Nabila Salsa Arianto. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih telah berjuang sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, penulis mengharapkan saran dan kritikan yang dapat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

*Wassalamualaikum wr.wb*

Bekasi, 29 Februari 2024

Nabila Salsa Arianto

## DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah .....	9
1.6 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Keputusan Pembelian .....	11
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	11
2.1.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian .....	11
2.2 Indikator Keputusan Pembelian .....	12
2.3 <i>Celebrity Endorser</i> .....	14
2.3.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i> .....	14
2.3.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Celebrity Endorser</i> .....	15
2.3.3 Macam-macam <i>Celebrity Endorser</i> .....	16
2.3.4 Indikator <i>Celebrity Endorser</i> .....	17
2.4 <i>Brand Awareness</i> .....	19



2.4.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i> .....	19
2.4.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Brand Awareness</i> .....	20
2.4.3 Indikator <i>Brand Awareness</i> .....	21
2.4.4 Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	21
2.5 Penelitian Terdahulu.....	23
2.6 Kerangka Pemikiran .....	28
2.7 Hipotesis Penelitian.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	32
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel .....	33
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6 Model dan Instrumen Penelitian.....	35
3.6.1 Variabel <i>Celebrity Endorser</i> ( $X_1$ ) .....	35
3.6.2 Variabel <i>Brand Awareness</i> ( $X_2$ ) .....	36
3.6.3 Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	37
3.7 Teknik Analisis Data .....	37
3.8 Uji Instrumen.....	38
3.8.1 Uji Validitas .....	38
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.9 Uji Asumsi Klasik .....	39
3.9.1 Uji Normalitas.....	39
3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	39
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas .....	39
3.10 Uji Hipotesis.....	40
3.10.1 Uji Parsial (Uji $t$ ).....	40
3.10.2 Uji Simultan (Uji $F$ ).....	40

3.10.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	41
3.10.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	42
4.1.1 Sejarah Singkat Objek Penelitian .....	42
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	43
4.2 Identitas Responden .....	43
4.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk.....	45
4.3 Deskripsi Uji Validitas dan Reliabilitas .....	45
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	45
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
4.4 Deskripsi Analisis Data .....	48
4.4.1 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Celebrity Endorser</i> ( $X_1$ ) .....	48
4.4.2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awareness</i> ( $X_2$ ) .....	50
4.4.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) ....	52
4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	54
4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
4.6.1 Hasil Uji Normalitas .....	55
4.6.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	55
4.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	56
4.7 Hasil Uji Hipotesis .....	57
4.7.1 Hasil Uji t (Parsial) .....	57
4.7.2 Hasil Uji F (Simultan) .....	58
4.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59
4.7.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
4.8.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.8.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	63

4.9 Kelemahan Penelitian.....	64
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>65</b>
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Brand</i> Minuman Terpopuler 2023 .....	2
Tabel 1. 2 Data Penjualan Es Teh Indonesia di Bekasi.....	2
Tabel 1. 3 Hasil Pra-survey Keputusan Pembelian.....	4
Tabel 1. 4 Hasil Pra-survey <i>Celebrity Endorser</i> .....	6
Tabel 1. 5 Hasil Pra-survey <i>Brand Awareness</i> .....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i> .....	35
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk .....	45
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> ( $X_1$ ).....	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas <i>Brand Awareness</i> ( $X_2$ ) .....	46
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	47
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4. 8 Skor Jawaban Responden Variabel <i>Celebrity Endorser</i> ( $X_1$ ) .....	48
Tabel 4. 9 Skor Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awareness</i> ( $X_2$ ) .....	50
Tabel 4. 10 Skor Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas .....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Parsial) .....	57
Tabel 4. 15 Hasil Uji F (Simultan).....	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4. 18 Coefficients Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4. 19 Rekapitulasi Statistik .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Celebrity Endorser</i> Es Teh Indonesia (Reza Rahardian) .....	3
Gambar 2. 1 Tingkatan Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	21
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran .....	29
Gambar 4. 1 Logo Es Teh Indonesia.....	42
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden .....	76
Lampiran 3. Hasil Jawaban Responden .....	85
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas .....	88
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas .....	91
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	94
Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis .....	96
Lampiran 8. Tabel Nilai R .....	97
Lampiran 9. Tabel Nilai untuk Distribusi t.....	98
Lampiran 10. Tabel Nilai untuk Distribusi F.....	101
Lampiran 11. Surat Pengajuan Judul Skripsi .....	104
Lampiran 12. Surat Keputusan Pembimbing .....	105
Lampiran 13. Kartu Bimbingan Skripsi .....	106
Lampiran 14. Surat Seminar Proposal .....	107
Lampiran 15. Surat Izin Penelitian.....	109
Lampiran 16. Hasil Turnitin.....	110
Lampiran 17. Daftar Riwayat Hidup.....	111

## Lampiran 16. Hasil Turnitin

ORIGINALITY REPORT			
<b>25%</b>	<b>23%</b>	<b>12%</b>	<b>12%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
<b>1</b>	<b>Submitted to Universitas Putera Batam</b> Student Paper		<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>eprints.walisongo.ac.id</b> Internet Source		<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>repository.ar-raniry.ac.id</b> Internet Source		<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repository.ub.ac.id</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repository.uhn.ac.id</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia</b> Student Paper		<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>repository.umsu.ac.id</b> Internet Source		<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>Silvi Aulia, Basar Maringan Hutauruk.</b> <b>"Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk</b>		<b>&lt;1%</b>