

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSMENT* TERHADAP MINAT  
BELI SEPATU OLAHRAGA NIKE DI KALANGAN GEN Z  
MELALUI *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Skripsi diajukan untuk melengkapi  
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

oleh:

Iqbal Aguzi Mahesa

NPM: 41183402210081



Strata I

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI**

**FAKULTAS EKONOMI**

**BEKASI**

**2026**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSMENT* TERHADAP MINAT BELI  
SEEPATU OLAHRAGA NIKE DI KALANGAN GEN Z MELALUI *BRAND*  
*IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

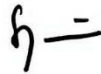
Tanggal: 21 Januari 2026

Oleh

Iqbal Aguzi Mahesa

NPM: 41183402210081

Disetujui,  
Pembimbing



Dr. Syahyono, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



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

Ketua Jurusan Manajemen



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

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSMENT* TERHADAP MINAT BELI  
SEEPATU OLAHRAGA NIKE DI KALANGAN GEN Z MELALUI *BRAND*  
*IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Tanggal: 28 Januari 2026

Oleh

Iqbal Aguzi Mahesa

NPM: 41183402210081

Diuji oleh,

Penguji I



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

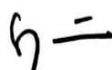
Penguji II



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Mengetahui,

Pembimbing



Dr. Syahyono, 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 SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Iqbal Aguzi Mahesa  
NPM : 41183402210081  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya yang berjudul "Pengaruh *Celebrity Endorsment* Terhadap Minat Beli Sepatu Olahraga Nike di Kalangan Gen Z melalui *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi" merupakan asli hasil karya saya selaku penulis. Apabila terbukti bukan hasil karya saya, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Apabila di kemudian hari dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme tersebut, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 5 Januari 2026

Yang menyatakan



Iqbal Aguzi Mahesa

## ABSTRAK

Iqbal Aguzi Mahesa (41183402210081)

Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli Sepatu Olahraga Nike di Kalangan Generasi Z melalui *Brand Image* sebagai Variabel Mediasi

xiv + 105 Halaman + 18 Tabel + 1 Diagram + 1 Gambar + 14 Lampiran  
Kata Kunci: *Celebrity Endorsement*, *Brand Image*, Minat Beli

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorsement* terhadap minat beli sepatu olahraga Nike di kalangan Generasi Z dengan *brand image* sebagai variabel mediasi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Bekasi dan memiliki ketertarikan terhadap sepatu olahraga Nike. Sampel penelitian berjumlah 120 responden yang ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring dan teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan *brand image*. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan *brand image* terbukti mampu memediasi pengaruh *celebrity endorsement* terhadap minat beli sepatu olahraga Nike di kalangan Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin positif *celebrity endorsement* dan *brand image* yang terbentuk, maka minat beli konsumen akan semakin meningkat.

Daftar Pustaka: 48 (1998–2025)

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorsment* Terhadap Minat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kalangan Gen Z Melalui *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Islam 45 Bekasi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Syahyono, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan berharga dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Lutpiyah Juliandara, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Islam 45 Bekasi, yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang sangat bermanfaat selama masa studi.
5. Keluarga tercinta, yang selalu memberikan doa, dukungan moral, serta motivasi tanpa henti selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Rekan-rekan mahasiswa, khususnya teman-teman satu angkatan dan sahabat yang telah memberikan dukungan dan kebersamaan selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Kesempurnaan hanyalah milik Allah Swt. Maka dengan kerendahan hati disadari bahwa apa yang tertuang dalam karya ini dengan keterbatasan ilmu dan pengetahuan penulis masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan, walaupun demikian penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan hasil yang optimal. Semoga bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal yang baik dan mendapat imbalan dari Allah Subhanahu Wata'ala. Aamiin.

Akhir kata, penulis mengharapkan kritik dan saran bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan dari peyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Bekasi, 5 Januari 2026

Penulis,

Iqbal Aguzi Mahesa  
NPM 41183402210081

## DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	10
1.4 Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah.....	11
1.5 Sistematika Laporan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.2 Perilaku Konsumen.....	13
2.2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	14
2.3 Minat Beli.....	14
2.3.1 Definisi Minat Beli.....	14
2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli.....	15
2.3.3 Indikator Minat Beli.....	16
2.4 <i>Celebrity Endorsment</i> .....	16
2.4.1 Definisi <i>Celebrity Endorsment</i> .....	16
2.4.2 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi <i>Celebrity Endorsment</i> .....	17
2.4.3 Indikator <i>Celebrity Endorsment</i> .....	18
2.5 <i>Brand Image</i> .....	19
2.5.1 Definisi <i>Brand Image</i> .....	19

2.5.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> .....	19
2.5.3	Indikator <i>Brand Image</i> .....	20
2.6	Penelitian Terdahulu .....	20
2.7	Kerangka Pemikiran .....	26
2.8	Hipotesis Penelitian .....	26
2.8.1	Hubungan <i>Celebrity Endorsment</i> terhadap Minat Beli .....	27
2.8.2	Hubungan <i>Celebrity Endorsment</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	28
2.8.3	Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli.....	29
BAB III METODELOGI PENELITIAN .....		32
3.1	Desain Peneliitan .....	32
3.1.1	Metode Penelitian yang Digunakan.....	32
3.1.2	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
3.1.3	Populasi dan Sampel.....	32
3.2	Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.2.1	Jenis Data.....	33
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3	Instrumen Penelitian .....	35
3.3.1	Variabel <i>Celebrity Endorsment (X)</i> .....	36
3.3.2	Variabel <i>Brand Image (Z)</i> .....	36
3.3.3	Variabel Minat Beli.....	37
3.4	Teknik Analisis Data.....	37
3.4.1	Analisa <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> .....	38
3.4.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	38
3.5	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outher Model</i> ).....	38
3.5.1	Uji Validitas .....	38
3.5.2	Uji Reliabilitas ( <i>Composite Reliability</i> ).....	39
3.6	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	39
3.6.1	Koefesien Determinasi ( <i>R-Square</i> ) .....	39
3.6.2	<i>Effect Size (F-square)</i> .....	39
3.6.3	Uji Hipotesis .....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		41
4.1	Hasil Penelitian.....	41
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian Nike .....	41

4.1.2	Visi dan Misi Nike .....	41
4.2	Profil Responden .....	42
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saki per Bulan .....	43
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	44
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan pengalaman dan minat pembelian .....	45
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian .....	45
4.3.1	Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorsment (X)</i> .....	46
4.3.2	Deskripsi Variabel <i>Brand Image (Z)</i> .....	48
4.3.3	Deskripsi Variabel Minat Beli (Y) .....	50
4.4	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outher Model</i> ) .....	51
4.4.1	Uji Validitas .....	51
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	56
4.5	Pengujian Struktural Model ( <i>Inner Model</i> ) .....	57
4.5.1	<i>R-Square (R<sup>2</sup>)</i> .....	57
4.5.2	<i>F-Square (F<sup>2</sup>)</i> .....	58
4.5.3	Uji Hipotesis .....	59
4.6	Pembahasan Penelitian .....	62
4.7	Kelemahan Penelitian .....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		69
5.1	Simpulan .....	69
5.2	Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....		71

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Sepatu Olahraga di Indonesia (2023-2025).....	3
Tabel 1. 2 Hasil Kuesioner Pra-Sruvey Minat Beli.....	4
Tabel 1. 3 Hasil Kuesioner Pra-Survey <i>Celebrity Endorsment</i> .....	6
Tabel 1. 4 Hasil Kuesioner Pra-Survey <i>Brand Image</i> .....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	35
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 4. 3 Data responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku per Bulan.....	43
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Domisili.....	44
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman dan Minat Beli.....	45
Tabel 4. 7 Interval Jawaban Responden .....	46
Tabel 4. 8 Skor Jawaban Responden Variabel <i>Celebrity Endorsment</i> (X).....	46
Tabel 4. 9 Skor Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> (Z) .....	48
Tabel 4. 10 Skor Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y).....	50
Tabel 4. 11 Hasil Nilai Loading Factor/Outer Loading .....	53
Tabel 4. 12 Nilai <i>Average Variance Extract</i> (AVE) .....	54
Tabel 4. 13 Hasil <i>Cross Loading</i> .....	55
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas ( <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i> ).....	57
Tabel 4. 15 Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....	58
Tabel 4. 16 Hasil <i>F-Square</i> ( $F^2$ ) .....	58
Tabel 4. 17 Hasil <i>Path Coefficient</i> ( <i>Direct Effect</i> ) .....	60
Tabel 4. 18 Hasil <i>Path Coefficient</i> ( <i>Indirect Effect</i> ).....	61
Tabel 4. 19 Model Regresi Struktural PLS-SEM.....	62

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	26
--------------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil Loading Factor .....	52
--	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden .....	85
Lampiran 3. Hasil Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) .....	99
Lampiran 4. Hasil Validitas dan Reliabilitas Variabel.....	100
Lampiran 5. Hasil Uji <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) dan <i>F-Square</i> ( $F^2$ ) .....	102
Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis <i>direct effect</i> dan <i>indirect effect</i> .....	102
Lampiran 7. Hasil Pra-survey .....	103
Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian.....	106
Lampiran 9. Kartu Seminar Proposal.....	107
Lampiran 10. Permohonan Pengajuan Judul.....	109
Lampiran 11. Surat Keputusan Pembimbing .....	110
Lampiran 12. Kartu Bimbingan Skripsi .....	111
Lampiran 13. Daftar Riwayat Hidup.....	112
Lampiran 14. Hasil Uji Turnitin.....	113

# Hasil Uji Turnitin

## FE UNISMA

### Skripsi Iqbal Aguzi Mahesa\_41183402210081 (1)

 SKRIPSI

#### Document Details

Submission ID

trnoid::3618:126170364

Submission Date

Jan 14, 2026, 1:56 PM GMT+7

Download Date

Jan 14, 2026, 2:00 PM GMT+7

File Name

Skripsi Iqbal Aguzi Mahesa\_41183402210081 (1).pdf

File Size

2.3 MB

105 Pages

20,663 Words

106,286 Characters



Page 1 of 122 - Cover Page

Submission ID: trnoid::3618:126170364



Page 2 of 122 - Integrity Overview

Submission ID: trnoid::3618:126170364

## 32% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.