

**PENGARUH HARGA DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN *E-  
COMMERCE* TOKOPEDIA  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI  
JABODETABEK)**

***THE EFFECT OF PRICE AND CELEBRITY ENDORSER ON CONSUMER  
PURCHASE DECISIONS IN USING E-COMMERCE TOKOPEDIA  
(CASE STUDY ON THE E-COMMERCE CONSUMER TOKOPEDIA IN  
JABODETABEK)***

Oleh :  
Ulfah Dian Nilasari

2017410056

**SKRIPSI**

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi  
Program Studi Manajemen Pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA**

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH HARGA DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN *E-  
COMMERCE* TOKOPEDIA  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI  
JABODETABEK)**

***THE EFFECT OF PRICE AND CELEBRITY ENDORSER ON CONSUMER  
PURCHASE DECISIONS IN USING E-COMMERCE TOKOPEDIA  
(CASE STUDY ON THE E-COMMERCE CONSUMER TOKOPEDIA IN  
JABODETABEK)***

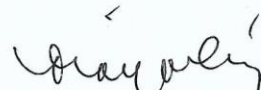
Oleh :

Ulfah Dian Nilasari

2017410056

**SKRIPSI**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 26 Juli 2021



**Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si**

**Dosen Pembimbing**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN *E-COMMERCE*  
TOKOPEDIA  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI  
JABODETABEK)

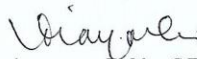
*THE EFFECT OF PRICE AND CELEBRITY ENDORSER ON CONSUMER  
PURCHASE DECISIONS IN USING E-COMMERCE TOKOPEDIA  
(CASE STUDY ON THE E-COMMERCE CONSUMER TOKOPEDIA IN  
JABODETABEK)*


Oleh  
Ulfah Dian Nilasari  
2017410056

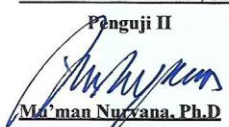
SKRIPSI


Untuk memenuhi salah satu syarat ujian memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu  
Ekonomi

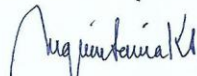
Program Studi Manajemen Pada Universitas Darma Persada  
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal tertera dibawah ini  
Jakarta, 05 Agustus 2021 dengan nilai B

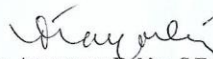
  
Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si  
Dosen Pembimbing

  
Resa Nurlaela Anwar, SE, MM  
Penguji II

  
Md'nan Nurzana, Ph.D  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
Dr. Firsan Nova  
Penguji I

  
Melani Omintania, S.E., M.Pd  
Penguji III

  
Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si  
Ketua Program Studi

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ulfah Dian Nilasari  
Nim : 2017410056  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya ditulis dengan judul **Pengaruh Harga dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Menggunakan *E-commerce* Tokopedia** (Studi Kasus pada Konsumen *E-commerce* Tokopedia di Jabodetabek), yang di bimbing oleh Melani Quintania, S.E, M.Pd. adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun menyalin sebagian dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia memepertanggungjawabkan.

Jakarta, 05 Agustus 2021

  
  
Ulfah Dian Nilasari

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga (X1) dan *Celebrity Endorser* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) *E-commerce* Tokopedia. Penelitian ini menggunakan data berupa data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner berupa *Google Form*. Jumlah kuesioner sebanyak 100 responden yang merupakan orang yang pernah membeli produk di Tokopedia minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir dan berada di wilayah Jabodetabek. Teknik Sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dan cara pengambilan sampelnya dengan menggunakan *purposive sampling* dengan tingkat sig 0.05. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis lewat uji F dan uji t serta uji analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji asumsi. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda dan diolah menggunakan SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1.) Harga dan *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai 0,577, 2.) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai 0,575, serta 3.) *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai 0,172.

Kata Kunci : Harga, *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of price (X1) and Celebrity Endorser (X2) on Tokopedia's E-commerce Purchase Decision (Y). This study uses data in the form of primary data obtained from distributing questionnaires in the form of Google Form. The number of questionnaires is 100 respondents who are people who have bought products at Tokopedia at least 2 times in the last 6 months and are in the Greater Jakarta area. The sample technique used is non-probability sampling and the sampling method is using purposive sampling with a sig level of 0.05. Then an analysis of the data obtained in the form of quantitative analysis includes validity and reliability tests, hypothesis testing through the F test and t test as well as the coefficient of determination analysis test (R<sup>2</sup>) and assumption test. The analytical tool used is Multiple Regression Analysis and processed using SPSS 25.*

*The results show that 1.) Price and Celebrity Endorser have a positive and significant effect on purchasing decisions as evidenced by the value of 0.577, 2.) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions as evidenced by the value of 0.575, and 3.) Celebrity Endorser has a positive and significant effect on purchase decision is evidenced by a value of 0.172.*

*Keywords: Price, Celebrity Endorser, Purchase Decision.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH HARGA, *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA KONSUMEN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI JABODETABEK)”**.

Penulis membuat proposal skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan wajib yang ditempuh di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Proposal skripsi ini disusun atas kerjasama dan berkat bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Melani Quintania, S.E., M.Pd. Selaku Pembimbing penulisan skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak S.AP. Firrean, M.Pd., selaku dosen Pembimbing Akademik
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, SE., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Bapak Mu'man Nuryana Ph.d selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

7. Orang Tua tercinta, papa dan mama, yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi yang baik.
8. Untuk adik saya, Nanda yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
9. Penulis ucapkan terimakasih kepada semua sahabat selama kuliah di Universitas Darma Persada : Indrika Ainanur, Monica Naomi JB., Octaviana Dwi P., Annisa Fitri Y., Haura Puteri J., Windy Pratiwi, Julia Brilliant A., Asri Marwati., dan lain – lain yang tidak disebutkan satu - persatu yang telah memberikan semangat dan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
10. Teman – teman seperbimbingan Indrika, Dinda, Ari, Fawas yang telah berjuang bersama untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh teman – teman angkatan 2017 jurusan Manajemen, yang memberikan masukan kepada penulis sehingga proposal skripsi ini dapat diselesaikan.
12. Terima kasih untuk diri saya sendiri, yang sudah bertahan dan berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas perjuangannya untuk mengerjakan skripsi ini. Tetap kuat untuk melanjutkan perjalanan hidup dan temukan pengalaman-pengalaman baru disetiap langkah.

Demikian proposal skripsi ini dibuat, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna,



karena terbatasnya kemampuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 05 Agustus 2021



Ulfah Dian Nilasari

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah... 15	15
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	15
1.2.2 Batasan Masalah.....	17
1.2.3 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Kegunaan Penelitian.....	19
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>20</b>
2.1 Manajemen Pemasaran.....	20
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	20
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	21
2.2 Harga.....	23
2.2.1 Pengertian Harga.....	23
2.2.2 Peranan Harga.....	24

2.2.3 Indikator Harga.....	25
2.3 <i>Celebrity Endorser</i> .....	27
2.3.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i> .....	27
2.3.2 Peran <i>Celebrity Endorser</i> .....	29
2.3.3 Indikator <i>Celebrity Endorser</i> .....	30
2.4 Keputusan Pembelian.....	32
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	32
2.4.2 Proses Pengambilan Keputusan .....	33
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	35
2.5 <i>E-commerce</i> .....	36
2.5.1 Pengertian <i>E-commerce</i> .....	36
2.5.2 Klasifikasi <i>E-commerce</i> .....	37
2.6 Penelitian Terdahulu .....	39
2.7 Kerangka Pemikiran .....	46
2.8 Hipotesis Penelitian .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1 Metode yang digunakan .....	49
3.2 Operasional Variabel .....	49
3.3 Sumber data dan Sumber Penentuan Data .....	58
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	58
3.3.2 Jenis dan Sumber Data.....	58
3.3.3 Cara Penentuan Data.....	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5 Rencana Analisis dan Uji Hipotesis .....	65
3.6 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F) .....	76
3.7 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) .....	77
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....</b>	<b>79</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	79

4.2 Hasil Penelitian Karakteristik / Profil Responden .....	81
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....	89
4.4 Hasil Uji Validitas .....	117
4.4.1 Hasil Uji Validitas Harga .....	117
4.4.2 Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	120
4.4.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	125
4.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	129
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	130
4.6.1 Uji Normalitas.....	130
4.6.2 Uji Multikolinearitas .....	132
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas .....	133
4.6.4 Uji Autokorelasi .....	134
4.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	135
4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana .....	139
4.8.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	139
4.8.2 Pengaruh <i>Celebrity</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	142
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>145</b>
5.1 Kesimpulan.....	145
5.2 Saran .....	146
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>147</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>150</b>

## DAFTAR TABEL

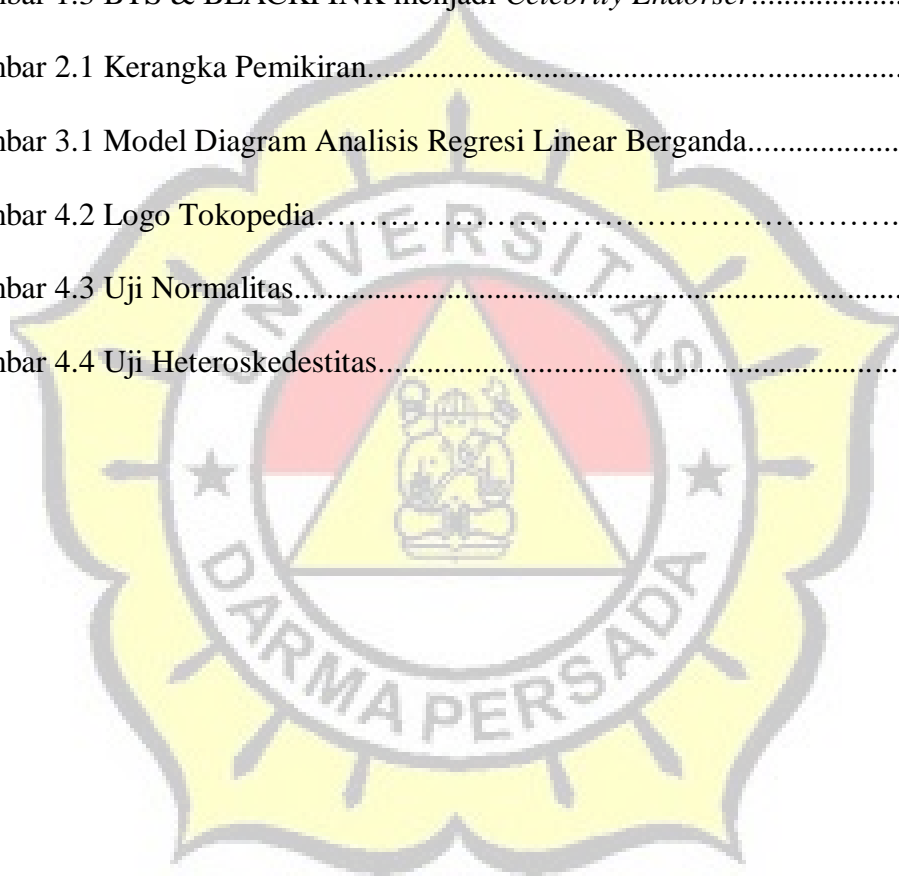
	Halaman
Tabel 1.1 <i>Rating</i> Aplikasi Toko <i>Online</i> di Indonesia tahun 2021 .....	7
Tabel 1.2 Kelebihan dan Kekurangan Tokopedia.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	50
Tabel 3.2 Tabel Skala <i>Likert</i> .....	63
Tabel 3.3 Tabel Rentang Skala .....	64
Tabel 3.4 Tingkat Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	76
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	82
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	83
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	86
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Sumber Informasi Tokopedia.....	87
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian 6 bulan Terakhir.....	88
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1.....	90
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2.....	91
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3.....	92
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4.....	93
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5.....	94
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6 .....	95

Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7 .....	96
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8 .....	97
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9 .....	98
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10 .....	99
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 11 .....	100
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 12 .....	101
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 13.....	102
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 14 .....	103
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 15.....	105
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 16 .....	106
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 17 .....	107
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 18 .....	108
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 19 .....	109
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 20 .....	110
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 21 .....	111
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 22 .....	112
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 23.....	113
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 24.....	114
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 25 .....	115
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 26 .....	116
Tabel 4.34 Uji Validitas Harga.....	117
Tabel 4.35 Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	120

Tabel 4.36 Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	125
Tabel 4.37 Uji Realibilitas Variabel Harga, <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	129
Tabel 4.38 Uji Multikolinearitas.....	132
Tabel 4.39 Hasil Uji Autokorelasi.....	135
Tabel 4.40 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Harga dan <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	136
Tabel 4.41 Hasil Uji F Perhitungan ANOVA.....	137
Tabel 4.42 Hasil Koefisien Harga dan <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	138
Tabel 4.43 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	140
Tabel 4.44 Hasil Koefisien Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	140
Tabel 4.45 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	142
Tabel 4.46 Hasil Koefisien <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	143

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Prediksi Angka Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Logo <i>E-commerce</i> Tokopedia .....	5
Gambar 1.3 BTS & BLACKPINK menjadi <i>Celebrity Endorser</i> .....	12
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 3.1 Model Diagram Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
Gambar 4.2 Logo Tokopedia.....	79
Gambar 4.3 Uji Normalitas.....	131
Gambar 4.4 Uji Heteroskedestitas.....	133





## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	151
Lampiran 2 Daftar Profil Responden.....	159
Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner.....	174
Lampiran 4 Uji Validitas.....	182
Lampiran 5 Uji Realibilitas.....	187
Lampiran 6 Hasil Output Analisa Regresi Linear Berganda dan Sederhana.....	188
Lampiran 7 T Tabel.....	191
Lampiran 8 F Tabel.....	195
Lampiran 9 R Tabel.....	197
Lampiran 10 Bukti Penyebaran Kuesioner.....	204
Lampiran 11 Catatan Kegiatan Konsultasi .....	205
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup.....	207