

**ANALISIS PENGARUH MEDIA IKLAN, BRAND  
IMAGE, DAN CLEBRITY ENDORSMENT  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
KLND STORE DESA KRAPYAK KABUPATEN  
JEPARA**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdlatul Ulama` Jepara

Disusun oleh :

**AGUNG NUGROHO**  
NIM 131110000903

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ISLAM NADLATUL ULAMA`**

**(UNISNU) JEPARA**

**2016**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**ANALISIS PENGARUH MEDIA IKLAN, *BRAND IMAGE* DAN  
*CELEBRITY ENDORSMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
KLND STORE DESA KRAPYAK KABUPATEN JEPARA**

**(Studi Kasus Pada KLND Store Desa Krapyak Kabupaten Jepara)**

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan  
dihadapan tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : Agung Nugroho  
NIM : 131110000903  
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing

Pembimbing I



ANNA WIDIASTUTI, S.E., M.Si  
NIY.002 098005

Tgl 29 September 2016

Pembimbing II



HADI ISMANTO, S.E., M.M  
NIY.1 801229 11 075

Tgl 27 Sept 2016

**HALAMAN PENGESAHAN**

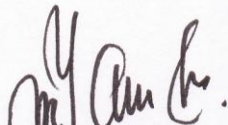
**ANALISIS PENGARUH MEDIA IKLAN, *BRAND IMAGE* DAN  
*CELEBRITY ENDORSMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
KLND STORE DESA KRAPYAK KABUPATEN JEPARA  
(Studi Kasus Pada KLND Store Desa Krapyak Kabupaten Jepara)**

Nama Penyusun : Agung Nugroho  
NIM : 131110000903  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.  
Pada hari JUM'AT tanggal 30 September 2016

Penguji I

Penguji II



Much. Imron, S. E., M.M  
NIY. 1 650802 97 011  
Tgl.



Hj. Nurul Komaryatin, S. E., M. Si  
NIY. 1 701015 97 013  
Tgl.

Mengesahkan

Ketua Program Studi Manajemen



A. Khoirul Anam, S.E., M.Si.  
NIY.1 800421 06 041

## **MOTTO**

**“Barang siapa yang menempuh perjalanan untuk mencari ilmu, maka akan Allah mudahkan jalannya menuju surga” (HR. Muslim).**

**“Tiada kebaikan bagi umat yang tidak saling menasehati. Tiada pula kebaikan pula bagi umat yang tidak suka dinasehati”  
(sayyidina Umar bin Khattab).**

**“Semoga lelahku menjadi masa depanku” (Agung Nugroho).**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari program S-1 jurusan Manajemen seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi berjudul : Analisis Pengaruh Media Iklan, *Brand Image* dan *Celebrity Endorsment* terhadap Keputusan Pembelian di KLND Store (Studi kasus pada KLND Store Desa Krapyak Jepara).
2. Saya juga mengakui bahwa hasil skripsi ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu:
  - a. Anna Widiastuti, SE, M.Si.
  - b. Hadi Ismanto, SE, M.M.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima PENCABUTAN GELAR AKADEMIK yang saya sandang dan sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, 29 September 2016



Agung Nugroho  
131110000903

## ABSTRAKSI

Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi dengan pesat, banyak sekali toko baik itu yang menyediakan produk maupun jasa yang mengembangkan sayapnya untuk memperluas bisnis melalui dunia maya. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan berbagai macam media social. Media social menjadi sebuah perantara untuk memperkenalkan sebuah produk atau jasa kepada calon konsumen, terutama untuk konsumen yang tidak terjangkau atau berjarak jauh dengan lokasi penjualan. Usaha yang saat ini banyak memanfaatkan media social adalah jenis usaha dibidang *online*. Seperti *online shop*. Ada tiga variable yang mempengaruhi Keputusan Pembelian, yaitu media iklan, *brand image*, *celebrity endorsement*.

Data diolah dengan menggunakan cara penyebaran kuisioner kepada para konsumen yang pernah berbelanja di KLND Store Jepara. Dan setelah itu dilakukan pengujian menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas. Data dalam penelitian ini dapat disimpulkan telah memenuhi syarat pengujian validitas dan reliabilitas. Sedangkan untuk uji t menyatakan bahwa variabel Media Iklan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di KLND Store Jepara, sedangkan variabel *brand image* dan *celebrity endorsement* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di KLND Store.

Dari analisis regresi diperoleh persamaan Sebagai berikut:

$$Y = 0,330X_1 + 0,332X_2 + 0,135X_3 + e$$

Hasil mengandung arti bahwa variabel Media iklan berpengaruh positif Keputusan Pembelian di KLND Store Jepara. Sedangkan variabel *Brand Image* dan *Celebrity Endorsment* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian di KLND Store Jepara. Berdasarkan perhitungan SPSS versi 20 tabel model *Summary* didapatkan nilai adjusted R square ( $R^2$ ) sebesar 0,737 atau 73,7 %. Hal ini mempunyai arti bahwa 73,7 % variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel media iklan, *brand image*, *celebrity endorsment*. Sedangkan sisanya 26,3 % dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model. Media iklan, *Brand Image*, *Celebrity Endorsment* memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap Keputusan Pembelian di KLND Store Jepara.

Keyword : Keputusan Pembelian, Media Iklan, *Brand Image* dan *Celebrity Endorsment*.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Media Iklan, Brand Image dan Celebrity Endorsment Terhadap keputusan pembelian di KLND Store (Studi kasus pada KLND Store Desa Krapyak Jepara)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama’ Jepara.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan motivasi serta saran dalam penyampaian skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Sa’dullah Assaidi, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama’ Jepara.
2. Bapak Much Imrom, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama’ Jepara.
3. Bapak Akhmad Khorul Anam, S.E,M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul ulam’ Jepara.
4. Ibu Anna Widiastuti, S.E, M.Si., selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan perhatian dalam memberikan pengarahan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

5. Bapak Hadi Ismanto, S.E., M.M., selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan perhatian dalam memberikan pengarahan-pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama' Jepara yang telah memberikan kesempatan, bimbingan serta fasilitas yang diperlukan hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Mas Muhammad Farid NF selaku pemilik KLND Store yang telah memberikan izin penelitian dan bersedia menjadi narasumber dari laporan skripsi saya beserta karyawan-karyawan di KLND Store yang telah membantu melengkapi data yang penulis butuhkan.
8. Orang tua dan keluargaku yang telah memberikan dukungannya secara moril dan materiil hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Elyana Rosa Ria yang tiada henti-hentinya memberiku semangat ,pemberi motivasi dan selalu menemaniku dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyaak kekurangan dan kesalahan, karena ini segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan paara pembaca.

Jepara,.....

Agung Nugroho



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRPSI</b> .....	v
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup Penelitian .....	4
1.3. Rumusan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1. Landasan Teori .....	7
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.2. Pengertian Media Iklan .....	8
2.1.3. Pengertian Brand Image.....	12
2.1.4. Pengertian Celebrity Endorsment .....	14
2.1.5. Pengertian Keputusan Pembelian .....	17
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu .....	20
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	22
2.4. Hipotesis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
3.1. Variabel Operasional .....	24
3.1.1. Variabel Penelitian.....	25
3.1.2. Variabel Definisi Operasional .....	25

3.2. Jenis dan Sumber Data .....	27
3.2.1. Jenis Data.....	27
3.2.2. Sumber Data .....	28
3.3. Populasi dan Sampel .....	29
3.3.1. Populasi.....	29
3.3.2. Sampel .....	29
3.3.3. Teknik Sampling.....	30
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	30
3.5. Metode Analisa Data .....	31
3.5.1. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas.....	31
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	32
3.5.3. Analisis Regresi Berganda.....	34
3.5.4. Uji Hipotesis .....	36
3.5.4.1. Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	41
4.1.1. Konsep KLND Store.....	42
4.2. Deskripsi Responden .....	42
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	44
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur .....	44
4.3. Deskripsi Variabel .....	45
4.3.1. Deskripsi Variabel Media Iklan .....	45
4.3.2. Deskripsi Variabel Brand Image.....	46
4.3.3. Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorsment</i> .....	47
4.3.4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	48
4.4. Analisa Data .....	49
4.4.1. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas.....	49
4.4.2. Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.3. Analisa Regresi Berganda.....	54
4.4.5. Uji Hipotesis .....	56
4.4.4. Koefisien Determinasi .....	61

4.5. Pembahasan .....	61
4.5.1. Variabel Media Iklan (X1) berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Pembelian di KLND Store Jepara.....	62
4.5.2. Variabel <i>Brand Image</i> (X2) berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Pembelian di KLND Store Jepara.....	63
4.5.3. Variabel <i>Celebrity Endorsment</i> (X3) berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Pembelian di KLND Store Jepara.....	64
4.5.4. Variabel Media Iklan, <i>Brand Image</i> , <i>Celebrity Endorsment</i> secara bersama – sama berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian di KLND Store Jepara.....	65
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	67
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	70
<b>LAMPIRAN</b> .....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan .....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 4. 1 Rinciaan jumlah Kuisisioner .....	43
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4. 3 Pendidikan Responden .....	44
Tabel 4. 4 Umur Responden.....	45
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Media Iklan.....	46
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Image</i> .....	47
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Celebrity Endorsment</i> .	48
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	49
Tabel 4. 9 Uji reliabilitas .....	50
Tabel 4. 10 Uji Validitas .....	51
Tabel 4. 11 Uji Multikolonienaritas.....	53
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Statistik F .....	60
Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi .....	61

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen Sumber .....</b>	<b>18</b>
<b>Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran Teoritis .....</b>	<b>22</b>
<b>Gambar 3. 1 Uji Hipotesis F .....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 3. 2 Uji Hipotesis t .....</b>	<b>38</b>
<b>Gambar 4. 1 Uji Normalitas .....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar 4. 2 Uji heterokedastisitas .....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 4. 3 Uji t Media Iklan.....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 4. 4 Uji t <i>Brand Image</i> .....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 4. 5 Uji t <i>Celebrity Endorsment</i> .....</b>	<b>59</b>
<b>Gambar 4. 6 Uji F .....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

**Lampiran 1. Kuesioner Penelitian**

**Lampiran 2. Jawaban Responden Variabel Media Iklan (X1)**

**Lampiran 3. Jawaban Responden Variabel *Brand Image* (X2)**

**Lampiran 4. Jawaban Responden Variabel *Celebrity Endorsment* (X3)**

**Lampiran 5. Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

**Lampiran 6. Reliabilitas Media Iklan (X1)**

**Lampiran 7. Reliabilitas *Brand Image* (X2)**

**Lampiran 8. Reliabilitas *Celebrity Endorsment* (X3)**

**Lampiran 9. Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)**

**Lampiran 10. Validitas Media Iklan (X1)**

**Lampiran 11. Validitas *Brand Image* (X2)**

**Lampiran 12. Validitas *Celebrity Endorsment* (X3)**

**Lampiran 13. Validitas Keputusan Pembelian (Y)**

**Lampiran 14. Regression**

**Lampiran 15. Riset Perusahaan**

**Lampiran 16. Keterangan Bebas Plagiarisme**