

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN LOYALITAS PELANGGAN LAZADA
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIASI**

Skripsi

“Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Ahmad Dahlan”



Disusun Oleh:

Muhamad Murdani

NIM 2000011142

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
YOGYAKARTA
2024

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN LOYALITAS PELANGGAN LAZADA
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIASI



Amel

Muhammad Ali Fikri, S.E., M.Sc.
NIPM. 198502252016061111236179

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN LOYALITAS PELANGGAN LAZADA
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIASI

Diajukan Oleh:

MUHAMAD MURDANI

NIM: 2000011142

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Dewan
Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Ahmad Dahlan
Yogyakarta, 15 Mei 2024

Yang terdiri dari


Ketua


Dr. Sukardi, MM

NIPM. 196007231987031001

Penguji I

Penguji II



Rai Rake Setyawan, S.E., Gd.Bus., M.S.A., Ph.D.
NIPM. 196408111992041110724713


Muhammad Ali Fikri, S.E., M.Sc.
NIPM. 19850225201606111236179

Mengetahui

Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Ahmad Dahlan




Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Sc., CIQnR.
NIPM. 19700620199010110784345

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul "PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN LOYALITAS PELANGGAN LAZADA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIASI" ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut diatas yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, 15 Mei 2024

Yang menyatakan




Muhamad Murdani
NIM. 2000011142

Saksi 1, Ketua Tim Penguji




Dr. Sukardi, M.M
NIPM/196007231987031001

Saksi 2, Anggota Tim Penguji



Rai Rake Setyawan, S.E., Gd.Bus., M.SA., Ph.D.
NIPM. 196408111992041110724713

Saksi 3, Anggota Tim Penguji



Muhammad Ali Fikri, S.E., M.Sc.
NIPM. 198502252016061111236179

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Murdani
NIM : 20000111142
Email : muhamad2000011142@webmail.uad.ac.id
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN LOYALITAS PELANGGAN LAZADA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIASI

Dengan ini saya menyatakan:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun institusi Pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan terjemahan melainkan merupakan gagasan rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan tidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Mei 2024

Yang menyatakan,



Muhamad Murdani
NIM. 2000011142

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Murdani
NIM : 2000011142
Email : muhamad2000011142@webmail.uad.ac.id
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studii : Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN LOYALITAS
PELANGGAN LAZADA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA SEBAGAI
MEDIASI

Dengan ini saya menyatakan hal sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas Akhir sebagai berikut (beri tanda pada kotak).

Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repository Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 15 Mei 2024



Muhamad Murdani
NIM. 2000011142

Mengetahui,
Pembimbing



Muhammad Ali Fikri, S.E., M.Sc.
NIPM. 198502252016061111236179

MOTTO

“Bermimpilah Besar dan Taklukkan”

"Wahai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu, “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis, ”lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Apabila dikatakan, “Berdirilah,” (kamu) berdirilah. Allah niscaya akan mengangkat orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan."

(Q.S. Al-Mujadalah ayat 11)

"Bermimpilah setinggi langit, jika engkau jatuh, engkau akan jatuh di antara bintang-bintang" _Ir. Soekarno

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya tulis ini. Shalawat serta salam yang senantiasa tercurah kepada kekasih Allah, Nabi Muhammad shalallahu'alaihi wasallam yang kemuliannya tak pernah putus sepanjang masa. Semoga ilmu ini membawa manfaat yang besar bagi penulis dalam menggapai cita-cita dimasa mendatang. Skripsi ini penulis persembahkan kepada Keluarga tercinta, ayah dan ibu serta keluarga yang telah memberikan kasih sayang, do'a, dukungan serta motivasi baik secara moril maupun materil, dan orang sekeliling penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang mana telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Dukungan Selebriti terhadap Perilaku Pembelian Impulsif dengan Loyalitas Pelanggan Lazada di Daerah Istimewa Yogyakarta Sebagai Mediasi” sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan penulis.

Penulis juga menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, nasihat, dan doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi berlangsung, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan

terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Muchlas, M.T selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan kesempatan menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan kesempatan saya

sehingga dapat menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan

3. Ibu Tina Sulistiyani, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang telah membantu dan memberikan kesempatan untuk menimba ilmu pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
4. Bapak Muhammad Ali Fikri, S.E., M.Sc selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah memberikan bimbingan, arahan, kritikan, dan saran serta kesabaran kepada penulis selama proses penelitian dan penyusunan skripsi berlangsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Desta Rizky Kusuma, SE., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, ilmu, dan motivasi sehingga penulis bisa menjalankan perkuliahan dengan baik.
6. Segenap dosen pengajar program studi manajemen Fakultasn Ekonomi Dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh staf TU dan karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta atas pelayanan yang telah diberikan.
8. Kedua orang tua tercinta Bapak La Misibaa dan Ibu Adiyeni yang senantiasa memberi dukungan materi, motivasi, serta doa kepada penulis. Semoga Allah

SWT senantiasa memberi kesehatan dan umur Panjang untuk menyaksikan anak-anaknya digerbang kesuksesan,

9. Kakak - kakak saya Mustafa, Harnaningsi dan adik saya Ade Melina Wati yang senantiasa memberikan dukungan materi, motivasi, serta doa kepada penulis

10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan terimakasih atas bantuan, dukungan, doa serta semangat. Terimakasih sebanyak-banyaknya kepada orang-orang yang turut bersuka cita atas keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamualaikum wr.wb.

Yogyakarta, 15 Mei 2024

Penulis



Muhamad Murdani

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	vi
MOTTO	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitan	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Landasan Teori	8
1. Celebrity Endorsement	8
2. Perilaku Pembelian Impulsif	10

3. Loyalitas Konsumen	14
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Pengembangan Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Populasi dan Sampel	28
B. Jumlah Target Sampel.....	28
C. Jenis dan Sumber Data Penelitian	29
D. Metode Pengumpulan	30
E. Skala Pengukuran.....	30
F. Defenisi Operasional.....	31
G. Uji Instrument	35
H. Analisis Teknik	38
BAB IV PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum Penelitian.....	42
B. Deskriptif Karakteristik Responden	42
C. Deskriptif Jawaban Responden.....	45
D. Evaluasi Model Pengukuran	47
E. Model Struktural.....	52
F. Hasil Penguji Hipotesis	53
G. Hasil Pengujian Mediasi	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Keterbatasan Penelitian	60

C. Saran	60
REFERENSI.....	61
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2. Skala Likert	31
Tabel 3. Deskriptif Karakteristik Responden	43
Tabel 4. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Varivel Dukungan Selebriti	45
Tabel 5. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Varivel Loyalitas Konsume	46
Tabel 6. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Varivel Pembelian Implusif	47
Tabel 7. Hasil Pengujian Outer Model.....	48
Tabel 8. Validitas Diskriminan Fornell-Larker	50
Tabel 9. Uji Diskriminan <i>Cross Loading</i>	50
Tabel 10. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	51
Tabel 11. Nilai <i>R-Square</i>	52
Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis	53

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Perilaku Pembelian Impulsif dengan Loyalitas Pelanggan Lazada di Daerah Istimewah Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pengguna Aplikasi Lazada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah Sebagian pengguna Aplikasi Lazada di Daerah Istimewa Yogyakarta sebanyak 85 responden yang diambil dengan menggunakan teknik non-probability sampling. Data yang diperoleh kemudian olah menggunakan alat statistic SmartPLS. Hasil peneltian menunjukkan bahwa Celebrity Endorsement tidak berpengaruh terhadap Perilaku Pembelian Impulsi, Celebrity Endorsement berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Loyalitas Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif dan Celebrity Endorsement berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif dengan Loyalitas Pelanggan Lazada di Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai Mediasi.

Kata Kunci: Celebrity Endorsement, Perilaku Pembelian Impulsif, dan Loyalitas Pelanggan