



**PENGARUH KEMASAN,
CELEBRITY ENDORSER DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT
BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
PRODUK LUWAK *WHITE COFFEE***

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**

Disusun oleh:

Nama: Nanda Luqmanul Khakim

Nim: 41219104

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS PERADABAN
BUMIAYU
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH KEMASAN, *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PRODUK LUWAK *WHITE COFFEE*”**

Oleh

Nama : **NANDA LUQMANUL KHAKIM**

Nim : **41219104**

Program Studi : **S1 Manajemen**

Fakultas : **Ekonomika Dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi Pada Tanggal 20 Bulan Oktober Tahun 2023

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si

NIDN. 0622059001

Penguji 1

Rizki Amalia, S.Kom., M.M

NIDN. 0607099402

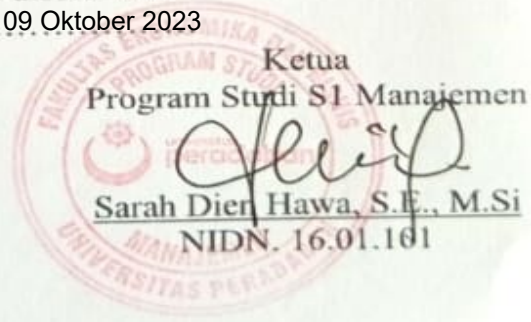
Penguji 2

Dr. Qori Al Banin, S.E., M.Si

NIDN. 0607098601

Tanda Tangan

Diterima dan diserahkan
Pada tanggal ... 09 Oktober 2023



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nanda Luqmanul Khakim

NIM : 41219104

Program Studi : S1 Manajemen

Saya menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi ini benar-benar karya saya dan bukan merupakan hasil adaptasi dari tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pemikiran saya sendiri, kecuali secara tertulis. Referensi diberikan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Apabila di kemudian hari ternyata atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiarisme, saya siap menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh sehubungan dengan skripsi ini.

Paguyangan, Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Nanda Luqmanul Khakim

NIM. 41219104

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, atas izin dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Peradaban.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya. Skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Muhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Peradaban.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban dan selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dan memberikan masukan yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.

4. Ibu Rizki Amalia, S.Kom., M.M., selaku dosen penguji 1 dan Ibu Dr. Qori Al Banin, S.E.,M.Si selaku dosen penguji 2.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban yang telah membekali dan memberikan banyak pengetahuan kepada penulis.
6. Bapak Sunarsum dan Ibu Warssem selaku orang tua saya yang telah memberikan segalanya baik materi, do'a, kasih sayang, motivasi dan masih banyak lagi. Terimakasih untuk semua pengorbanan dan kasih sayang yang tak terhingga.
7. Nur Alam Rifqi Andrian, S.T dan Etikah Masitoh, S.Tr. Kes., selaku kakak saya yang telah memberikan support baik secara material maupun finansial sekaligus menjadi support system bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Nurul Anas Rulloh dan Dewi Khasanah selaku kakak yang selalu memberikan semangat dan support secara finansial dan material.
9. Muhammad Guntur selaku adik kesayangan saya yang selalu menemani dan menjadi support system bagi penulis.
10. Sahabat saya, Asri Candra Wanodya terimakasih sudah menemani selama proses penyelesaian skripsi ini sekaligus menjadi sahabat dalam berbagi keluh kesah.
11. Teman saya, Dede Husnul Khotimah dan Isqiatul Kiftiyah terimakasih sudah menjadi rekan selama kuliah di Universitas Peradaban.

12. Mobile Legend terimakasih sudah menjadi salah satu hiburan bagi penulis dalam melepas penat.
13. Teman-teman prodi Manajemen dan keluarga besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban Angkatan 2019.
14. Keluarga besar Bani Sunarsum terimakasih atas doa dan bimbingannya.
15. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas setiap amal kebaikan dan memberkati setiap langkah mereka dengan baik. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat terselesaikan agar bermanfaat bagi semua orang, menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi terselesainya skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih yang setulus tulusnya kepada kalian semua..

Paguyangan, 2023

Penulis

Nanda Luqmanul Khakim

NIM. 41219104

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai kemasan, *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada produk Luwak White Coffee. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh kemasan, *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 97 responden dengan menggunakan metode simple random sampling dengan menggunakan metode slovin. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif, dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS v 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemasan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, *celebrity endorser* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, *brand image* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kemasan berpengaruh positif terhadap minat beli, *celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap minat beli, *brand image* tidak berpengaruh positif terhadap minat beli, *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian, minat beli mampu memediasi pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kemasan, *Celrbriy Endorser*, *Brand Image*, Minat Beli Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research intends to discuss about packaging, celebrity endorser and brand image on purchasing decisions with purchase intention as an intervening variable on Luwak White Coffee products. This research aims to investigate the effect of packaging, celebrity endorser and brand image on purchasing decisions with purchase intention as an intervening variable. This research is quantitative by using a questionnaire as a tool to collect data. The number of samples in this study were 97 respondents using the simple random sampling method using the slovin method. The data analysis technique in this study was carried out using descriptive analysis and multiple linear regression analysis with the help of the SPSS v 22 program. The results of this study indicate that packaging has a positive effect on purchasing decisions, celebrity endorsers have no positive effect on purchasing decisions, brand image has no positive effect on purchasing decisions, packaging has a positive effect on purchase intention, celebrity endorser has a positive effect on purchase intention, brand image does not have a positive effect on purchase intention, celebrity endorser on purchasing decisions, buying interest is able to mediate the effect of brand image on purchasing decisions.

Keywords: *Packaging, Celebrity Endorser, Brand Image, Purchase Intention Purchase Decision.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
Gambar 1.1 Grafik Top brand index Luwak white coffee tahun 2020-2022.....	6
Gambar 1.2 Tabel berbagai merek kopi tahun 2020	7
B. Rumusan masalah.....	9
C. Tujuan penelitian	10
D. Manfaat penelitian.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	12
A. Telaah Pustaka.....	12
1. Keputusan Pembelian.....	12
2. Minat Beli	15
4. <i>Celebrity Endorser</i>	20
5. Brand image	24
B. Perumusan Model Penelitian.....	28
1. Penelitian terdahulu.....	28
2. Perumusan Hipotesis.....	31
3. Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISI DATA	38

A. Metode Penelitian.....	38
1. Jenis metode penelitian	38
2. Lokasi penelitian.....	38
3. Waktu Penelitian.....	38
4. Populasi dan Sampel	38
5. Sumber Data.....	40
6. Teknik Pengumpulan Data.....	41
7. Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	41
B. Teknik Analisis Data.....	45
1. Analisis Deskriptif	45
2. Uji Instrumen	47
3. Analisis Regresi Linier Berganda	49
4. Uji Hipotesis	50
5. Uji Asumsi Klasik.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran umum subjek penelitian.....	56
1. Sejarah perusahaan.....	56
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	57
3. Gambaran umum responden	57
B. Analisis data pembahasan	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Variabel Penelitian.....	34
Tabel 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 3. Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	50
Tabel 5. Hasil Tabel Validitas.....	52
Tabel 6. Hasil Uji Realibilitas.....	53
Tabel 7. Jawaban Responden Untuk Variabel Kemasan (X1).....	54
Tabel 8. Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X2).....	55
Tabel 9. Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Brand Image</i> (X3).....	57
Tabel 10. Jawaban Responden Untuk Variabel Minat Beli (M).....	58
Tabel 11. Jawaban Responden Untuk Variabel (Y).....	59
Tabel 12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 1	61
Tabel 13. Hasil Persamaan Regresi Pertama.....	62
Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 2	63
Tabel 15. Hasil Persamaan Regresi Kedua	64
Tabel 16. Uji Sobel	65
Tabel 17. Hasil Uji F Persamaan 1	69
Tabel 18. Hasil Uji F Persamaan 2	69
Tabel 19. Hasil Uji R-Square Persamaan 1.....	70
Tabel 20. Hasil Uji R-Square Persamaan 2	70
Tabel 21. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Persamaan 1	71
Tabel 22. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Persamaan 2	72
Tabel 23. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser Persamaan 1	72
Tabel 24. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser Persamaan 1	73
Tabel 25. Hasil Uji Multikolinieritas dengan TOL dan VIF Persamaan 1	74
Tabel 26. Hasil Uji Multikolinieritas dengan TOL dan VIF Persamaan 2 (X1,X2,X3 →M).....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Top Band Indeks Luwak White Coffee Tahun 2020/2022	5
Gambar 2. Tabel Berbagai Merek Kopi Tahun 2020/2022	6
Gambar 3. Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4. Jalur Persamaan Regresi Pertama	63
Gambar 5. Jalur Persamaan Regresi Kedua	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	113
Lampiran 2. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	117
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Minat Beli (M).....	120
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Kemasan (X1).....	123
Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel Celebrity Endorser (X2)	126
Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel Brand Image (X3).....	129
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kemasan (X1)	132
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser (X2).....	133
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X3)	134
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	135
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (M)	136
Lampiran 12. Hasil Uji Realibilitas Variabel Kemasan (X1)	138
Lampiran 13. Hasil Uji Realibilitas Variabel Celebrity Endorser (X2).....	138
Lampiran 14. Hasil Uji Realibilitas Variabel Brand Image (X3)	139
Lampiran 15. Hasil Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	139
Lampiran 16. Hasil Uji Realibilitas Variabel Minat Beli (M)	140
Lampiran 17. Hasil Uji Deskriptif Variabel Kemasan (X1)	141
Lampiran 18. Hasil Uji Deskriptif Variabel Celebrity Endorser (X2).....	144
Lampiran 19. Hasil Uji Deskriptif Variabel Brand Image (X3)	146
Lampiran 20. Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	148
Lampiran 21. Hasil Uji Deskriptif Variabel Minat Beli (M)	151
Lampiran 22. Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 1.....	154
Lampiran 23. Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 2	156
Lampiran 24. Uji Sobel 1	157
Lampiran 25. Uji Sobel 2	157
Lampiran 26. Uji Sobel 3.....	158
Lampiran 27. Uji Normalitas Persamaan 1	159

Lampiran 28. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal P-Plot Persamaan 1....	160
Lampiran 29. Uji Normalitas Persamaan 2	161
Lampiran 30. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal P-Plot Persamaan 2.....	162
Lampiran 31. Uji Heterokedastisitas Persamaan 1	163
Lampiran 32. Uji Heterokedastisitas Persamaan 2	163
Lampiran 33. Uji Multikolinieritas Persamaan 1	164
Lampiran 34. Uji Multikolinieritas Persamaan 2	165
Lampiran 35. Daftar Riwayat Hidup Penulis	166