



**PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT, KEPERCAYAAN
DAN KEMUDAHAN BERBELANJA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN ONLINE PHY-SHOP KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1)
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

ADINDA SEPTINA PANGESTITI

NIM. 2016-11-067

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT, KEPERCAYAAN DAN
KEMUDAHAN BERBELANJA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
serta DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN ONLINE
PHY-SHOP KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus , 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Dina Lusianti, SE., MM., AAK.
NIDN. 0630098401

Pembimbing I
Dr. Drs. Ag. Sunarno H. SH. S.Pd. MM.
NIDN. 0026065516

Mengetahui,
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
NIDN. 0618066201

Pembimbing II
Iwan Suroso, SE. MM.
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar
kesanggupannya.

QS. Al Baqarah: 286

Sesungguhnya Allah bebas melaksanakan kehendak Nya, Dia telah menjadikan
untuk setiap sesuatu menurut takarannya.

QS. Ath Thalaq: 3

Kesuksesan bukan dilihat dari hasilnya, namun dilihat dari prosesnya. Karena
hasil bias direkayasa dan dibeli, sedangkan proses selalu jujur dan
menggambarkan siapa diri kita sebenarnya.

(Anonim)

Persembahan :

1. Orang tua dan keluargaku tercinta
2. Sahabat-sahabat yang ku sayangi
3. Kawan-kawan seangkatan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM., selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
4. Iwan Suroso, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh keluarga Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yaitu seluruh dosen pengajar dan staff karyawan atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama masa perkuliahan hingga sampai saat ini.

6. Pemilik Phy-Shop Kudus dan responden penelitian yang merupakan konsumen online Phy-Shop Kudus yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner yang disebar oleh penulis.
7. Kedua orangtua tercinta yang selalu memberikan dorongan dan doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



ABSTRAKSI

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN BERBELANJA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN ONLINE PHY-SHOP KUDUS

**Adinda Septina Pangestiti
NIM. 2016-11-112**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM.
2. Iwan Suroso, SE. MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorsement*, kepercayaan dan kemudahan berbelanja terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen online Phy-Shop Kudus. Penelitian ini menggunakan dua variabel endogen, yaitu kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, dan tiga variabel eksogen, yaitu *celebrity endorsement*, kepercayaan dan kemudahan berbelanja. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan sampel yang terdiri dari 115 responden dengan teknik *purposive sampling* yaitu konsumen online yang sudah melakukan pembelian online pada Phy-Shop Kudus sebanyak 3 kali.

Analisis data yang digunakan (SEM) *Structual Equatuion Modeling* yang di operasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan *celebrity endorsement*, kepercayaan dan kemudahan berbelanja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, serta *celebrity endorsement*, kepercayaan dan kemudahan berbelanja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Kata kunci: *celebrity endorsement*, kepercayaan, kemudahan berbelanja, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

ABSTRACT

THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSEMENT, TRUST AND EASY SHOPPING ON CUSTOMER SATISFACTION AND ITS IMPACT ON THE LOYALTY OF KUDUS ONLINE PHY-SHOP CONSUMERS

Adinda Septina Pangestiti
NIM. 2016-11-112

Guidance Lecturer : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM.
2. Iwan Suroso, SE. MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT

This study aims to analyze the effect of celebrity endorsement, trust and ease of shopping on customer satisfaction and consumer loyalty online Phy-Shop Kudus. This study uses two endogenous variables, namely consumer satisfaction and consumer loyalty, and three exogenous variables, namely celebrity endorsement, trust and ease of shopping. The data collection used in this study is a questionnaire method. In this study using a sample consisting of 115 respondents with purposive sampling technique, namely online consumers who have made online purchases at Phy-Shop Kudus 3 times.

Data analysis used (SEM) Structural Equation Modeling which is operated through the AMOS program. The results showed that celebrity endorsement, trust and ease of shopping had a positive and significant effect on consumer satisfaction and consumer loyalty, and celebrity endorsement, trust and ease of shopping had a positive and significant effect on consumer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: *celebrity endorsement, trust, ease of shopping, customer satisfaction and consumer loyalty.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	10
1.3. Perumusan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Loyalitas Konsumen.....	13
2.2. Kepuasan Konsumen.....	16
2.3. <i>Celebrity Endorsement</i>	20
2.4. Kepercayaan	23
2.5. Kemudahan Berbelanja	26
2.6. Penelitian Terdahulu.....	30
2.7. Pengaruh Antar Variabel	32
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
2.9. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42

3.2. Populasi dan Sampel.....	47
3.3. Jenis Data dan Sumber Data	49
3.4. Metode Pengumpulan Data	50
3.5. Uji Instrumen.....	51
3.6. Teknik Analisis Data	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	63
4.2. Deskripsi Responden	65
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian	66
4.4. Analisis Data	70
4.5. Analisis Konfirmatori Full Model.....	78
4.6. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	80
4.7. Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total..	84
4.8. Pembahasan.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1. Kesimpulan.....	99
5.2. Saran	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1.	Target dan Realisasi Jumlah Pembelian Konsumen Online Phy ShopnBulan Januari-September 2019	71
Tabel 3.1.	Hasil Pengujian <i>Contract Reliability</i> Dan <i>Variance Extracted</i>	52
Tabel 3.2.	<i>Goodness of Fit Indices</i>	61
Tabel 4.1.	Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2.	Pengelompokan Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	65
Tabel 4.3.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	66
Tabel 4.4.	Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan	67
Tabel 4.5.	Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan Berbelanja.....	68
Tabel 4.6.	Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	69
Tabel 4.7.	Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen	69
Tabel 4.8.	<i>Standarized Regression Weight</i> Eksogen	71
Tabel 4.9.	<i>Standarized Regression Weight</i> Endogen	73
Tabel 4.10.	<i>Standarized Regression Weight</i> Eksogen setelah Perbaikan Model	74
Tabel 4.11.	Uji Normalitas Data	76
Tabel 4.12.	Mahalanobis d – squared	77
Tabel 4.13.	Uji Full Model <i>Goodness of Fit SEM</i>	79
Tabel 4.14.	Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i>	79
Tabel 4.15.	Tabel <i>Regression Weights</i>	81
Tabel 4.16.	Hasil Pengujian Hipotesis	81
Tabel 4.17.	Pengaruh Langsung Variabel Laten	85
Tabel 4.18.	Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten	86
Tabel 4.19.	Pengaruh Total antar Variabel Laten	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model SEM pada Phy-Shop Kudus.....	39
Gambar 4.1. Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model	71
Gambar 4.2. Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model	72
Gambar 4.3. Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model	74
Gambar 4.4. Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen	75
Gambar 4.6. Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM)	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden

Lampiran 3. Frekuensi Data

Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5. Analisis Data

