

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN
INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MADU HERBAL
KALIMOSODO MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**



TESIS

Oleh :

MUHAMMAD LU'LU'UL MAKNUN

NIM : 202001023

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

**HALAMAN PENGESAHAN
TESIS**

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN
INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MADU HERBAL KALIMOSODO MELALUI
BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Oleh :

MUHAMMAD LU'LU'UL MAKNUN

Telah disetujui dan dipertahankan didepan Tim Penguji Ujian Tesis
Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Kudus, September 2023

Pembimbing I



Dr. Drs. Joko Utomo, M.M.
NIDN. 0625076401

Pembimbing II



Dr. Suprivono, S.E., M.M.
NIDN. 0614037104

Mengetahui
Ketua Program Studi Magister Manajemen



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

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI

JUDUL TESIS : PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MADU HERBAL KALIMOSODO MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Nama Mahasiswa : Muhammad Lu'lu'ul Makhnun

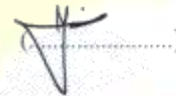
NIM : 2020-01-023

Program Studi : Magister Manajemen

Minat : Manajemen Pemasaran

TIM PEMBIMBING :

Ketua : Dr. Drs. Joko Utomo, M.M.

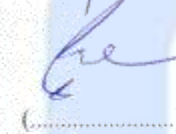


Anggota : Dr. Supriyono, S.E., M.M.



TIM PENGUJI :

Dosen Penguji : Sutono, S.E., M.M., Ph.D.



Tanggal Ujian : 6 Maret 2023

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa didalam Naskah Tesis dengan judul:

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN INFLUENCER
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MADU HERBAL
KALIMOSODO MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia gelar MASTER MANAJEMEN dicabut, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kudus, September 2023

Mahasiswa,



Muhammad Lu'lu'ul Maknun

NIM : 202001023

RIWAYAT HIDUP

Saya Muhammad Lu'lu'ul Maknun, Riwayat Pendidkan MI. Minsya'ul Wathon Grogolan 01 tahun 2003-2009, MTs. Misya'ul Wathon Grogolan 01 tahun 2009-2012S, MAS Salafiyah Kajen Pati 2012-2015, Universitas Muria Kudus Program Studi Agroteknologi tahun 2015-2020 dan saya bekerja di SMK Manahijul Huda Ngagel mulai tahun 2022 dan berwirausaha dibidang pertanian, peternakan dan perikanan mulai dari 2019 samapi dengan sekarang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus serta selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dr. Drs. Joko Utomo, M.M., selaku pembimbing I yang telah membantu dan meluangkan waktu serta dengan kesabarannya membimbing peneliti sampai selesainya penyusunan tesis ini.
4. Dr. Supriyono, S.E., M.M, selaku pembimbing II yang telah membantu dan meluangkan waktu serta dengan kesabarannya membimbing peneliti sampai selesainya penyusunan tesis ini.
5. Kedua orangtua yang telah memberikan semangat dan doanya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
6. Konsumen Madu Herbal Kalimosodo yang telah membantu dalam penelitian ini

Semoga Tuhan YME selalu melimpahkan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Kudus, September 2023

Mahasiswa,



Muhammad Lu'lu'ul Maknun

NIM : 202001023

ABSTRAK

PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MADU HERBAL KALIMOSODO MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh celebrity endorsement dan influencer terhadap keputusan pembelian melalui brand image sebagai variable intervening pada produk madu herbal kalimosodo di Kabupaten Pati. Responden berjumlah 150 orang. Teknik pengambilan sampel (*sampling*) yang digunakan adalah random sampling yaitu Pengambilan sampel secara acak. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) AMOS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) celebrity endorsment berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand image produk madu herbal Kalimosodo, 2) influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand image produk madu herbal Kalimosodo, 3) brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk madu herbal Kalimosodo 4) celebrity endorsment berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui brand image produk madu herbal Kalimosodo, 5) influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui brand image produk madu herbal Kalimosodo.

Kata Kunci: celebrity endorsement, influencer, keputusan pembelian, brand image

ABSTRACT

THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSEMENT AND INFLUENCERS ON PURCHASE DECISIONS OF KALIMOSODO HERBAL HONEY PRODUCTS THROUGH BRAND IMAGE AS AN INTERVENING VARIABLE

This study aims to analyze the effect of celebrity endorsements and influencers on purchasing decisions through brand image as an intervening variable on Kalimosodo herbal honey products in Pati Regency. Respondents amounted to 150 people. The sampling technique (sampling) used is random sampling, namely random sampling. Instrument test using validity test and reliability test. The analysis technique used is SEM (Structural Equation Modeling) AMOS.

The results of this study indicate that: 1) celebrity endorsement has a positive and significant effect on the brand image of Kalimosodo herbal honey products, 2) influencers have a positive and significant effect on brand image of Kalimosodo herbal honey products, 3) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions for honey products herbal Kalimosodo 4) celebrity endorsement has a positive and significant effect on purchasing decisions through the brand image of Kalimosodo herbal honey products, 5) influencers have a positive and significant effect on purchasing decisions through brand image of Kalimosodo herbal honey products.

Keywords: celebrity endorsement, influencer, purchasing decisions, brand image

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan syukur kehadiran Tuhan YME, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul : PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MADU HERBAL KALIMOSODO MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Penulis sangat menyadari bahwa tulisan ini belum sempurna, hal ini semata karena kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi penulis khususnya, dan bagi semua pihak pada umumnya.

Kudus, September 2023

Mahasiswa,



Muhammad Lu'lu'ul Maknun

NIM : 202001023

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	10
TELAAH PUSTAKA	10
2.1. Kajian Pustaka.....	10
2.2. Penelitian Terdahulu	33
BAB III.....	34
KERANGKA KONSEP PENELITIAN	34
3.1. Kerangka Pikir	34
3.2. Pengaruh Antar Variabel dan Hipotesis Penelitian.....	35
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	37
BAB IV	38

METODE PENELITIAN.....	38
4.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
4.2. Metode Pengambilan Sampel.....	38
4.3. Metode Pengumpulan Data.....	39
4.4. Definisi dan Pengukuran Variabel.....	39
4.5. Analisis Data.....	42
BAB V.....	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
5.1. Deskripsi Responden.....	50
5.2. Deskripsi Variabel.....	55
5.3. Uji Instrumen.....	60
5.4. Pembahasan.....	86
BAB VI.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
6.1. Kesimpulan.....	94
6.2. Implikasi Penelitian.....	95
6.3. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98
DAFTAR LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Madu Herbal Kalimosodo.....	4
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	51
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	54
Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	54
Tabel 5.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	55
Tabel 5.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Intesitas Pembelian.....	55
Tabel 5.9 Statistik Deskriptif Variabel Celebrity Endorsement.....	56
Tabel 5.10 Statistik Deskriptif Variabel Influencer	57
Tabel 5.11 Statistik Deskriptif Brand Image.....	58
Tabel 5.12 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 5.13 Hasil Pengujian <i>Contract Reliability</i> Dan <i>Variance Extracte</i>	61
Tabel 5.14 Deskriminant Validity	62
Tabel 5.15 Normalitas Data	63
Tabel 5.16 <i>Confirmatory Factor Analysis Celebrity Endorsment</i>	60
Tabel 5.17 Uji Outliers Multivariat.....	65
Tabel 5.18 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen sebelum Perbaikan Model	67
Tabel 5.19 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen sesudah Perbaikan Model	69
Tabel 5.20 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen.....	69
Tabel 5.21 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen sebelum perbaikan model.....	71
Tabel 5.22 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen sebelum perbaikan model.....	72
Tabel 5.23 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen	73
Tabel 5.24 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen	74

Tabel 5.25 Pengujian Kesesuaian Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	76
Tabel 5.26 Hasil Estimasi <i>Standardized Regression Weight</i>	77
Tabel 5.27 Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>)	78
Tabel 5.28 Hasil Estimasi Parameter Uji Hipotesis	79
Tabel 5.29 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	83
Tabel 5.30 Kompilasi Hasil <i>Standardized Direct Effects</i>	83
Tabel 5.31 Kompilasi Hasil <i>Standardized Indirect Effects</i>	84
Tabel 5.32 Kompilasi Hasil <i>Standardized Total Effects</i>	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	34
Gambar 5.1 Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen	67
Gambar 5.2 Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen Setelah Perbaikan Model	68
Gambar 5.3 Pengujian Konfirmatori Variabel Endogen.....	70
Gambar 5.4 Pengujian Konfirmatori Variabel Endogen	72
Gambar 5.5 Analisis <i>Full Measurement</i>	73
Gambar 5.6 <i>Full Model Structural Equation Modeling (SEM)</i>	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	101
Lampiran 2. Tabel 5.16. <i>Uji Outlier Univariate</i>	103
Lampiran 3. Daftar Kuesioner.....	104
Lampiran 4. Tryout Uji Instrumen Variabel Eksogen	107
Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	110
Lampiran 6. Skor Variabel Eksogen	112
Lampiran 7. Deskripsi Responden	115
Lampiran 8. Deskripsi Variabel	117
Lampiran 9. Hasil Analisis	127