

**PENGARUH *CELEBGRAM* ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DI DPERFUME PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**CHOIRUNNISA
NPM 062030601449**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2023**

**PENGARUH *CELEBGRAM* ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DI DPERFUME PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

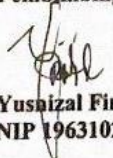
OLEH:

**CHOIRUNNISA
NPM 062030601449**

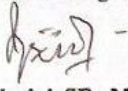
Menyetujui,

Palembang, Agustus 2023

Pembimbing I,

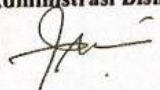

**Yushizal Firdaus, SE., M.M
NIP 196310221988031001**

Pembimbing II,

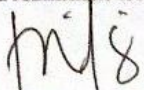

**Lisnini, SE., M.Si
NIP 195904211989102001**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**


**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA.
NIP 1976022222121001**

**Koordinator Program Studi
D. III Administrasi Bisnis,**


**Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 198203242008012009**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Choirunnisa
NPM : 062030601449
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Celebgram Endorsement* Terhadap Minat Beli Konsumen di Dperfume Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2023

Yang membuat pernyataan,


Choirunnisa
NPM 062030601449



LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Choirunnisa
NPM : 062030601449
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Celebgram Endorsement* Terhadap
Minat Beli Konsumen di Dperfume Palembang.

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jum'at
Tanggal: 1 September 2023

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	<u>M. Riska Maulana Effendi, S.E., M.Si</u> Ketua Penguji		<u>28-08-2023</u>
2.	<u>Mariskha Z, S.E., M.M</u> Anggota Penguji		<u>30-08-2023</u>
3.	<u>Yusnizal Firdaus, S.E., M.M</u> Anggota Penguji		<u>28-08-2023</u>

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya.” (Q.S An Najm: 39)

**“It’s a long way down, but you are closer to the clouds up there”
(Choirunnisa)**

Kupersembahkan kepada:

- 1. Mama dan Papa Tercinta**
- 2. Saudara-saudaraku**
- 3. Almamater Kebanggaan**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan berkat rahmat serta karunia-Nya sehingga Laporan akhir ini dapat terselesaikan dengan lancar. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna menyelesaikan Pendidikan Program Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan akhir ini berjudul “Pengaruh *Celebgram Endorsement* Terhadap Minat Beli Konsumen di Dperfume Palembang”. Laporan akhir ini membahas tentang bagaimana pengaruh yang terjadi dalam promosi penjualan menggunakan *celebgram endorsement* secara online yang diberikan pemilik Dperfume.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan karunia dan hidayah-Nya kepada kita semua Aamiin.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis menyadari bahwa penulisan laporan ini terwujud berkat adanya bantuan baik secara moril maupun materil, bimbingan, saran dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, S.T., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB. CPMA., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
5. Bapak Yusnizal Firdaus, SE., M.M., selaku Pembimbing I yang telah banyak membantu dalam memberikan saran, masukan dan bimbingan kepada penulis selama proses penyusunan Laporan akhir ini.
6. Ibu Lisnini, SE., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah banyak membantu dalam memberikan saran, masukan dan bimbingan kepada penulis selama proses penyusunan Laporan akhir ini.
7. Ibu Ririn Nova Santika, selaku Pemilik Dperfume Palembang yang telah memberikan izin untuk penelitian.
8. Karyawan Dperfume Palembang, yang telah bersedia membantu penulis dalam pengambilan data.
9. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan bekal ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
10. Kedua orang tua tercinta, Bapak Muhammad Zuchri dan Ibu Rika, yang telah sangat membantu penulis dalam pembuatan Laporan akhir serta telah

memberikan kasih sayang, nasihat, dukungan dan doa yang tiada hentinya.
Terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna.

11. Teman-teman seperjuangan Jurusan Administrasi Bisnis khususnya kelas 6NA yang telah membantu dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan laporan ini.
12. Almamater kami Politeknik Negeri Sriwijaya.
13. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyelesaian laporan ini, yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan akhir ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan karunia dan hidayah-Nya kepada kita semua Aamiin.

Palembang, Agustus 2023
Penulis

ABSTRAK

PENGARUH *CELEBGRAM ENDORSEMENT* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI DPERFUME PALEMBANG

Oleh:

Choirunnisa

Penelitian ini berjudul Pengaruh Celebgram Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen di Dperfume Palembang dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi penjualan menggunakan *celebgram endorsement* dan indikator mana dari seorang *celebgram* yang lebih dominan. Laporan ini menggunakan jenis data kualitatif yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara serta data kuantitatif yang diperoleh dari hasil data pengolahan kuesioner. Sumber data laporan ini berasal dari data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dari buku-buku, jurnal dan juga data yang langsung didapatkan dari toko. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut instagram Dperfume Palembang dengan menggunakan 100 sampel. Metode analisis yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan skala likert. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *visibility* berpengaruh negatif sebesar -19,8% dan signifikan terhadap minat beli, dan pengaruh yang paling dominan terhadap *celebgram endorsement* ialah *power* dengan skor 49,3%. Hal ini menunjukkan bahwa *celebgram endorsement* memiliki pengaruh terhadap promosi pemasaran untuk meningkatkan omzet penjualan baik di tempat usaha tetap (toko) maupun untuk jangkauan konsumen yang lebih luas secara online. Pemilik Dperfume diharapkan dapat terus mempertahankan *celebgram endorsement* sebagai upaya menarik minat beli konsumen serta meningkatkan promosi penjualan dengan cara memanfaatkan media sosial lainnya.

Kata Kunci: celebgram endorsement, minat beli, promosi.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CELEBGRAM ENDORSEMENT ON CONSUMER PURCHASE INTEREST AT DPERFUME PALEMBANG

By:

Choirunnisa

This title of this study is The Influence of Celebgram Endorsement on Consumer Purchase Interest at Dperfume Palembang. This objective of this study was to know how sales promotion influences using celebgram endorsement and which indicator of a celebgram is more dominant. This study uses qualitative data types obtained from observations and interviews while quantitative data obtained from the data processing of questionnaires. The data source for this report comes from primary data obtained through distributing questionnaires and secondary data obtained from books, journals and also data obtained directly from stores. The population in this study were Dperfume Palembang Instagram followers using 100 samples. The analytical method used is a quantitative method using a Likert scale. The results of this study indicate that the effect of visibility has a negative effect of -19.8% and is significant on purchase intention, and the most dominant influence on celebgram endorsements is power with a score of 49.3%. This shows that celebgram endorsements have an influence on marketing promotions to increase sales turnover both at fixed places of business (stores) and for a wider range of consumers online. Dperfume owners are expected to continue to maintain the endorsement celebgram as an effort to attract consumer purchase interest and increase sales promotions by utilizing other social media.

Keywords: celebgram endorsement, purchase interest, promotion.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Tujuan Penelitian	7
1.4.2 Manfaat Penelitian	7
1.4.2.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2.1 Manfaat Praktis	7
1.5 Metode Penelitian	7
1.5.1 Pendekatan Penelitian.....	7
1.5.2 Jenis data dan Sumber Data.....	8

1.5.3 Kerangka Pemikiran	9
1.5.4 Operasional Variabel	9
1.5.5 Teknik Pengumpulan Data	11
1.5.6 Populasi dan Sampel	12
a. Populasi.....	12
b. Sampel	13
c. Teknik Pengambilan Sampel.....	13
1.5.7 Analisis Data.....	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran	19
2.2 Bauran Pemasaran	19
2.3 <i>Digital Marketing</i>	21
2.3.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	21
2.3.2 Saluran Media Digital	23
2.4 Promosi	25
2.4.1 Tujuan Promosi	26
2.4.2 Bauran Promosi	26
2.5 <i>Celebgram Endorsement</i>	27
2.5.1 Fungsi dan Peran <i>Celebgram Endorsement</i>	28
2.5.2 Indikator <i>Celebgram Endorsement</i>	29
2.6 Minat Beli	29
2.6.1 Indikator Minat Beli	30

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Dperfume Palembang	32
3.2 Visi, Misi dan Moto Dperfume Palembang	33
3.2.1 Visi Dperfume Palembang.....	33
3.2.2 Misi Dperfume Palembang.....	33
3.3 Logo Dperfume Palembang	33
3.4 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	34

3.4.1 Struktur Organisasi Dperfume Palembang	35
3.4.2 Pembagian Tugas Dperfume Palembang	35
3.5 Media Promosi yang Digunakan	37
3.6 Profil Responden	40
3.7 Rekapitulasi Jawaban Responden	42
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	56
4.1.1 Uji Validitas	56
4.1.2 Uji Reliabilitas	61
4.1.3 Uji Hipotesis	62
4.1.3.1 Koefisien Determinasi	62
4.1.3.2 Uji Signifikan Simultan (Uji f)	63
4.1.3.3 Uji Signifikan Parsial (Uji t)	64
4.1.4 Uji Regresi Linier Berganda	67
4.2 Pembahasan	70
4.2.1 Uji Validitas.....	70
4.2.2 Uji Reliabilitas	70
4.2.3 Uji Hipotesis	71
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Potensial Dperfume	5
Tabel 1.2 Operasional Variabel	9
Tabel 1.3 Skala Likert	15
Tabel 3.1 Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 3.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 3.5 Skor Jawaban Responden Terhadap Dimensi <i>Visibility</i> (X1) Variabel <i>Celebgram Endorsement</i>	43
Tabel 3.6 Skor Jawaban Responden Terhadap Dimensi <i>Credibility</i> (X2) Variabel <i>Celebgram Endorsement</i>	45
Tabel 3.7 Skor Jawaban Responden Terhadap Dimensi <i>Attractiveness</i> (X3) Variabel <i>Celebgram Endorsement</i>	49
Tabel 3.8 Skor Jawaban Responden Terhadap Dimensi <i>Power</i> (X4) Variabel <i>Celebgram Endorsement</i>	51
Tabel 3.9 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Beli (Y)	53
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Visibility</i> (X1)	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Credibility</i> (X2).....	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Attractiveness</i> (X3).....	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Power</i> (X4).....	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62
Tabel 4.8 Hasil Uji f (Simultan)	64
Tabel 4.9 Hasil Uji t (Parsial)	65
Tabel 4.10 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	9
Gambar 3.1 Logo Dperfume Palembang	25
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Dperfume Palembang	35
Gambar 3.3 Spanduk Dperfume Palembang	37
Gambar 3.4 Media Sosial Dperfume Palembang	38
Gambar 3.5 <i>Celebgram Endorsement</i> Dperfume Palembang	39

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
2. Surat Permohonan Surat Pengantar Pengambilan Data
3. Surat Izin Pengambilan Data
4. Surat Balasan Izin Pengambilan Data
5. Lembar Kesepakatan Pembimbing I
6. Lembar Kesepakatan Pembimbing II
7. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
8. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
9. Lembar Kunjungan Mahasiswa
10. Foto *Celebgram Endorsement* Dperfume Palembang
11. Kuesioner Penelitian
12. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden
13. Hasil Uji Validitas dan reliabilitas
14. Hasil Uji Koefisien Determinasi, Korelasi, Uji-t, Uji-f dan Regresi Linier Berganda
15. Lembar Revisi Laporan Akhir