

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA DAN  
*CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KOSMETIK DI TOKOPEDIA**

(Survei Pada Konsumen Warga Rw : 17, Buaran, Jakarta Timur)

**SKRIPSI**

**RIAS SAFARANTI**

**21170000261**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA DAN *CELEBRITY*  
*ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KOSMETIK DI TOKOPEDIA**

(Survei Pada Konsumen Warga Rw : 17, Buaran, Jakarta Timur)

**SKRIPSI**

**RIAS SAFARANTI**

**21170000261**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA**

**2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA, DAN *CELEBRITY*  
*ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KOSMETIK DI TOKOPEDIA  
(Survei Pada Konsumen Warga Rw : 17, Buaran, Jakarta Timur)**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 31 Agustus 2021



**RIAS SAFARANTI**  
**NPM 21170000261**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING


Skripsi dengan judul :

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA DAN *CELEBRITY*  
*ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KOSMETIK DI TOKOPEDIA  
(Survei Pada Konsumen Warga Rw : 17, Buaran, Jakarta Timur)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Bapak Drs. Sumitro, M.Sc. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 31 Agustus 2021

Pembimbing,



Drs. Sumitro, M.Sc

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc


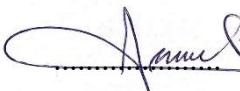


## HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul :

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA, DAN *CELEBRITY*  
*ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KOSMETIK DI TOKOPEDIA  
(Survei Pada Konsumen Warga Rw : 17, Buaran, Jakarta Timur)**

Telah diuji dalam sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta pada tanggal 31 Agustus 2021 dengan nilai A

### Panitian Ujian Skripsi

1.  ; Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Drs. Sumitro, M.Sc  
(Dosen Pembimbing)
3.  ; Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc  
(Penguji)
4.  ; Imelda Aprileny, SE.,ME  
(Penguji)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya Ilmiah yang merupakan sebuah persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta

Karya Ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan saya dalam menyusun skripsi ini.
2. Bapak Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc dan Ibu Imelda Aprileny, SE.,ME selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
6. Ibuku Narti yang selalu memberikan doa, dan selalu menjadi cahaya di hidup saya, Bapakku Masiran di surga dan Bapakku terbaik Warimun di Semarang. Juga untuk Mba Angi dan Mas Galih yang selalu membantu dan mendukung dalam segala keadaan, juga Kinan dan Nura yang selalu memberikan tawa pelepas penat.
7. Pemberi motivasi, semangat, teman diskusi dan pengingat untuk terus berjalan dan berdoa di berbagai kondisi, Mas Alif di Jogja.

8. Sahabat-sahabat terbaik. Tiya, dan seluruh anggota grup “Indomie Goreng”, “Sudarsonah Come Back” dan “Pasukan Karang Taruna” yang selalu membantu, mendukung dan memberikan waktunya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman STEI angkatan 2017 yang telah memberikan banyak pelajaran hidup dan warna dalam hidup saya.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini. Tidak juga penulis memohon maaf atas segala kesalahan yang dilakukan baik disengaja ataupun tidak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi nusa dan bangsa.

Jakarta, 31 Agustus 2021



**RIAS SAFARANTI**

NPM 2117000026I

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rias Safaranti  
NPM : 21170000261  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Dalam pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty*)** atas skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA DAN *CELEBRITY*  
ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KOSMETIK DI TOKOPEDIA  
(Survei Pada Konsumen Warga Rw : 17, Buaran, Jakarta Timur)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilih hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 31 Agustus 2021

Yang Menyatakan,



Rias Safaranti



Rias Safaranti NPM : 21170000261 Program Studi S1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Drs. Sumitro, M.Sc
<p><b>PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA DAN <i>CELEBRITY ENDORSEMENT</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK DI TOKOPEDIA</b></p> <p><b>(Survei Pada Konsumen Warga Rw : 17, Buaran, Jakarta Timur)</b></p>	
<p><b>ABSTRAK</b></p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial, harga, dan <i>celebrity endorsement</i> terhadap keputusan pembelian kosmetik di Tokopedia. Media sosial, harga, dan <i>celebrity endorsement</i> sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variable terikat.</p> <p>Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan survei, pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Tokopedia di RW 017, Buaran, Jakarta Timur. Penentuan sampel menggunakan metode <i>purposive sampling</i>, dengan sampel sebanyak 97 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi parsial dan berganda. Pengolahan data dilakukan dengan aplikasi komputerisasi SPSS ver.28</p> <p>Hasil penelitian ini adalah, terdapat pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian, tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, tidak terdapat pengaruh <i>celebrity endorsement</i> terhadap keputusan pembelian. Adapun secara simultan terdapat pengaruh media sosial, harga dan <i>celebrity endorsement</i> terhadap keputusan pembelian.</p>	
<p><b><i>Kata kunci : Media, Sosial, Harga, Celebrity Endorsement, Keputusan Pembelian</i></b></p>	

Rias Safaranti NPM : 21170000261 Study Program S1 Management	Advisor : Drs. Sumitro, M.Sc
<p><b>THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA, PRICES AND CELEBRITY  ENDORSEMENT ON COSMETIC PURCHASE  DECISIONS IN TOKOPEDIA  (Survey on Consumers of Rw: 17, Buaran, East Jakarta)</b></p>	
<p><b>ABSTRACT</b></p> <p><i>The purpose of this research is to determine the effect of social media, price, and celebrity endorsement on cosmetic purchasing decisions at Tokopedia. Social media, price, and celebrity endorsement as independent variables while purchasing decision as the dependent variable.</i></p> <p><i>This study uses associative research with a survey approach, data collection is done by distributing questionnaires. The population in this study were all Tokopedia consumers in RW 017, Buaran, East Jakarta. Determination of the sample using purposive sampling method, with a sample of 97 respondents. Analysis of the data used in this study is the analysis of the coefficient of partial and multiple determination. Data processing is carried out with the SPSS ver.28 computerized application</i></p> <p><i>Based on the results and discussion, it shows that there is an effect of social media on purchasing decisions, there is no influence of price on purchasing decisions, there is no influence of celebrity endorsements on purchasing decisions. Simultaneously there is the influence of social media, price and celebrity endorsement on purchasing decisions.</i></p>	
<p><b>Keywords: Social Media, Price, Celebrity Endorsement, Purchase Decision</b></p>	

# DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Review Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Media Sosial.....	12
2.2.2 Harga.....	14
2.2.3 <i>Celebrity Endorsement</i> .....	17
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	20
2.3 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian .....	24
2.3.1 Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.3.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	26
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Strategi Penelitian .....	27
3.2 Populasi dan Sampel.....	27
3.2.1 Populasi Penelitian.....	27

3.2.2	Sampel Penelitian.....	27
3.3	Data dan Metode Pengumpulan Data.....	28
3.3.1	Data .....	28
3.3.2	Metode Pengumpulan Data .....	29
3.4	Operasional Variabel.....	29
3.5	Metode Analisis Data.....	31
3.5.1	Uji Validitas .....	32
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	33
3.6	Metode Analisis Data.....	34
3.6.1	Cara Pengolahan Data.....	34
3.6.2	Penyajian Data .....	34
3.6.3	Analisis Koefisien Determinasi .....	34
3.7	Pengujian Hipotesis .....	36
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	38
4.2.	Deskripsi Responden .....	39
4.3.	Deskripsi Data.....	41
4.4.	Hasil Pengujian Operasional Variabel .....	43
4.4.1	Uji Validitas .....	43
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	46
4.5.	Analisis Statistik Data.....	47
4.5.1	Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	47
4.5.2	Koefisien Determinasi Simultan .....	49
4.5.3	Pengujian Hipotesis.....	50
4.6	Temuan Hasil Penelitian.....	51
4.6.1	Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.6.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.6.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.6.4	Pengaruh Secara Simultan .....	53
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>54</b>
5.1	Simpulan .....	54
5.2	Saran .....	55
5.3	Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	55
	<b>DAFTAR REFERENSI.....</b>	<b>57</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b>	Angka Penggunaan Tokopedia di Indonesia .....	4
<b>Tabel 3.1</b>	Indikator Variabel.....	30
<b>Tabel 3.2</b>	Skala <i>Likert</i> .....	32
<b>Tabel 3.3</b>	Koefisien Korelasi Spearman.....	34
<b>Tabel 4.1</b>	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
<b>Tabel 4.2</b>	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Usia .....	39
<b>Tabel 4.3</b>	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Profesi .....	40
<b>Tabel 4.4</b>	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	41
<b>Tabel 4.5</b>	Uji Validitas Variabel Media Sosial ( $X_1$ ).....	44
<b>Tabel 4.6</b>	Uji Validitas Variabel Harga ( $X_2$ ).....	44
<b>Tabel 4.7</b>	Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> ( $X_3$ ).....	45
<b>Tabel 4.8</b>	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	46
<b>Tabel 4.9</b>	Hasil Uji Reliabilitas Variabel .....	46
<b>Tabel 4.10</b>	Koefisien Determinasi Parsial Media Sosial ( $X_1$ ) .....	47
<b>Tabel 4.11</b>	Koefisien Determinasi Parsial Harga ( $X_2$ ).....	47
<b>Tabel 4.12</b>	Koefisien Determinasi Parsial <i>Celebrity Endorsement</i> ( $X_3$ )... ..	48
<b>Tabel 4.13</b>	Koefisien Determinasi Simultan.....	49
<b>Tabel 4.14</b>	Hasil Pengujian Hipotesis Parsial.....	50
<b>Tabel 4.15</b>	Hasil Pengujian Hipotesis Simultan.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 Kerangka Konseptual Penelitian .....	26
Gambar 4.1 Diagram Skala Likert Variabel Media Sosial ( $X_1$ ).....	41
Gambar 4.2 Diagram Skala Likert Variabel Harga ( $X_2$ ).....	42
Gambar 4.3 Diagram Skala Likert Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> ( $X_3$ ).....	42
Gambar 4.4 Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	43
Gambar 4.5 Hasil Koefisien Determinasi .....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 2. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Media Sosial (X <sub>1</sub> ).....	64
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas .....	76
Lampiran 4. Uji Reliabilitas .....	80
Lampiran 5. Uji Koefisien Determinasi.....	82
Lampiran 6. Surat Izin Riset Penelitian .....	86