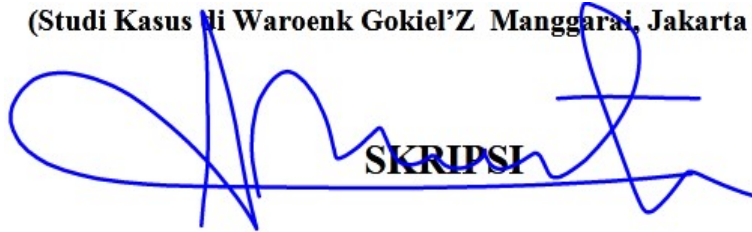


**PENGARUH INOVASI PRODUK, SELEBRITI
ENDORSER DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Kasus di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan)


SKRIPSI

**PUSPARINI
21160600385**



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

**PENGARUH INOVASI PRODUK, SELEBRITI
ENDORSER DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Kasus di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan)

SKRIPSI

**PUSPARINI
21160600385**



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

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

**PENGARUH INOVASI PRODUK, SELEBRITI
ENDORSER DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus di Waroenk Gokiel'z Manggarai, Jakarta Selatan)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana 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, Agustus 2021

MATERAI 6000

PUSPARINI
NPM 21160600385



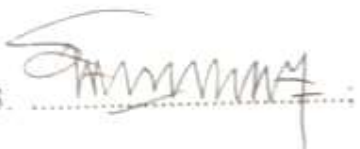
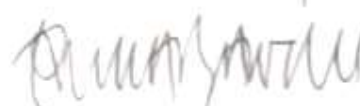
HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

PENGARUH INOVASI PRODUK, SELEBRITI ENDORSER DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Waroenk Gokiefz Manggarai, Jakarta Selatan)

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal 6 September 2021 dengan nilai _____

Panitia Ujian Karya ilmiah

1. : Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. : Drs. Sumitro, MSc.
(Pembimbing)
3. : Farmansjah Maliki, SE., MM.
(Anggota Penguji)
4. : Dr. Gatot Prabantoro, SE,MM
(Anggota Penguji)

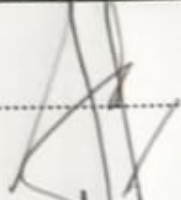
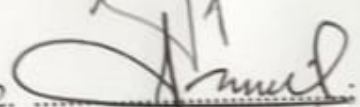
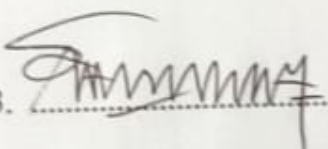
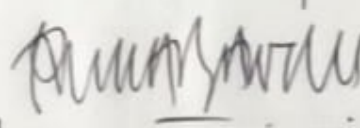
HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH INOVASI PRODUK, SELEBRITI
ENDORSER DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Kasus di Waroenk Gokief'z Manggarai, Jakarta Selatan)

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal 6 September 2021 dengan nilai _____

Panitia Ujian Karya ilmiah

1. ; Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Drs. Sumitro, MSc.
(Pembimbing)
3. ; Farmansjah Maliki, SE., MM.
(Anggota Penguji)
4. ; Dr. Gatot Prabantoro, SE,MM
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. 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, Jakarta.
4. Ibu Dr. Ir. Diah Pranitasari, MM selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc. selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Pimpinan dan seluruh karyawan Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan terimakasih yang sebesar-besarnya atas waktunya untuk mengisi kuisioner dan izin yang telah diberikan selama penulis melakukan penelitian.
8. Kedua orang tua tercinta dan yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta dukungan lahir batin, dan terima kasih atas nasehatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, Agustus 2021

PUSPARINI
NPM 21160600385

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : PUSPARINI
NPM : 21160600385
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

PENGARUH INOVASI PRODUK, SELEBRITI *ENDORSER* DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Waroenk Gokiel'z Manggarai, Jakarta Selatan)

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 (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : Agustus 2021

Yang menyatakan,

ttd

PUSPARINI

Pusparini NPM : 21160600385 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Drs. Sumitro, MSc.
PENGARUH INOVASI PRODUK, SELEBRITI <i>ENDORSER</i> DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Waroenk Gokiel'z Manggarai, Jakarta Selatan)	
ABSTRAK <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk, selebriti <i>endorser</i> dan media sosial terhadap keputusan pembelian di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan.</p> <p>Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif dengan metoda survey. Populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen Waroenk Gokiel'Z yang tidak diketahui secara pasti dan sudah mengkonsumsi makanan dan minuman di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>Purposive Sampling</i> dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Penelitian ini menggunakan metoda analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis dengan Software (perangkat lunak) SPSS.</p> <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh yang signifikan inovasi produk, selebriti <i>endorser</i> dan media sosial secara terhadap keputusan pembelian di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan</p>	
Kata kunci : Inovasi Produk, Selebriti <i>Endorser</i> , Media Sosial, Keputusan Pembelian	

Pusparini NPM : 21160600385 Programme Study S-1 Management	Lecturer : Drs. Sumitro, MSc.
--	----------------------------------

***INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION, ENDORSER Celebrity and
SOCIAL MEDIA ON PURCHASE DECISIONS
(Case Study at Waroenk Gokiel'z Manggarai, South Jakarta)***

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product innovation, celebrity endorsers and social media on purchasing decisions at Waroenk Gokiel'Z Manggarai, South Jakarta.

The strategy used in this study is an associative strategy with a survey method. The population used is all Waroenk Gokiel'Z consumers who are not known for certain and have consumed food and drinks at Waroenk Gokiel'Z Manggarai, South Jakarta. The sampling technique used in this research is purposive sampling with a total sample of 97 respondents. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. This study uses the method of analysis of the coefficient of determination and hypothesis testing with SPSS software.

The results of this study indicate that partially and simultaneously there is a significant effect of product innovation, celebrity endorsers and social media on purchasing decisions at Waroenk Gokiel'Z Manggarai, South Jakarta.

*Keywords: Product Innovation, Celebrity Endorser, Social Media,
Purchase decision*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Pemasaran	12
2.2.2. Inovasi produk.....	13
2.2.3. Selebriti <i>endorser</i>	17
2.2.4. Media sosial	20
2.2.5. Keputusan pembelian.....	23

	Halaman
2.3. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	29
2.3.1. Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian	29
2.3.2. Pengaruh selebriti <i>endorser</i> terhadap keputusan pembelian	30
2.3.3. Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian ...	30
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian	31
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	32
BAB III METODA PENELITIAN.....	33
3.1. Strategi Penelitian	33
3.2. Populasi dan Sampel	33
3.2.1. Populasi penelitian.....	33
3.2.2. <i>Sampling</i> dan sampel penelitian	33
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	35
3.3.1. Data.....	35
3.3.2. Metoda pengumpulan data	35
3.3.3. Skala pengukuran	35
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	36
3.5. Metoda Analisis Data.....	38
3.5.1. Metoda pengolahan data.....	38
3.5.2. Metoda penyajian data.....	39
3.5.3. Analisis statistik data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	44
4.2. Deskripsi Responden.....	44
4.3. Deskripsi Data	47
4.3.1. Deskripsi data variabel inovasi produk	47
4.3.2. Deskripsi data variabel selebriti <i>endorser</i>	48
4.3.3. Deskripsi data variabel media sosial	49
4.3.4. Deskripsi data variabel keputusan pembelian	50
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	51
4.4.1. Uji validitas	51

4.4.2. Uji reliabilitas.....	53
4.5. Analisis Statistik Data.....	55
4.5.1. Analisis koefisien determinasi	55
4.5.2. Pengujian hipotesis	59
4.6. Temuan Hasil Penelitian	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1. Simpulan	65
5.2. Saran.....	66
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	66
DAFTAR REFERENSI	68
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Pengelompokan Berdasarkan Metode Skala Likert	36
Tabel 3.2. Variabel dan Indikator Penelitian.....	37
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan domisili tinggal	46
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	47
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa kali makan	47
Tabel 4.7. Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel Inovasi produk	52
Tabel 4.8. Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel selebriti <i>endorser</i> ..	53
Tabel 4.9. Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel Media Sosial	53
Tabel 4.10. Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	54
Tabel 4.12. Koefisien Determinasi Parsial Variabel Inovasi produk (X_1) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4.13. Koefisien Determinasi Parsial Variabel Selebriti <i>endorser</i> (X_2) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi Parsial Variabel Media sosial (X_3) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4.15. Koefisien Determinasi Simultan Variabel Inovasi produk (X_1), Variabel Selebriti <i>endorser</i> (X_2), Variabel Media sosial (X_3) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4.16. Pengujian Hipotesis Parsial Variabel Inovasi produk (X_1), Variabel Selebriti <i>endorser</i> (X_2), Variabel Media sosial (X_3) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	58
Tabel 4.17. Pengujian Hipotesis Simultan Variabel Inovasi produk (X_1), Variabel Selebriti <i>endorser</i> (X_2), Variabel Media sosial (X_3) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 4.18. Matriks Hasil Penelitian.....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen Model tahap lima tahap	24
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	32
Gambar 4.1 Diagram Skala Likert Variabel Inovasi produk.	47
Gambar 4.2 Diagram Skala Likert Variabel selebriti <i>endorser</i>	48
Gambar 4.3 Diagram Skala Likert Variabel Media sosial.	49
Gambar 4.4 Diagram Skala Likert Variabel Keputusan pembelian.....	50
Gambar 4.5 Hasil Penelitian	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Variabel Inovasi produk (X_1)	78
Lampiran 3. Tabulasi Data Hasil Variabel Selebriti <i>endorser</i> (X_2).....	80
Lampiran 4. Tabulasi Data Hasil Variabel Media sosial (X_3).....	82
Lampiran 5. Tabulasi Data Hasil Variabel Keputusan Pembelian (Y)	84
Lampiran 6. Data Berpasangan Variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y	86
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi produk (X_1).....	88
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Selebriti <i>endorser</i> (X_2)	89
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Media sosial (X_3).....	90
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	91
Lampiran 11. Hasil Uji Realibilitas Variabel Penelitian	93
Lampiran 12. Hasil Output SPSS (Deskripsi Data).....	95
Lampiran 13. Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Parsial).....	96
Lampiran 14. Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Simultan).....	97
Lampiran 15. Dokumentasi Riset Penelitian	98
Lampiran 16. Surat Keterangan Riset.....	102
Lampiran 17. Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	103