

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSERS*, PROMOSI PENJUALAN DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*SHOPEEFOOD*  
(STUDI PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH GRESIK TAHUN 2018-2020)**

**SKRIPSI**



Oleh :  
LAILY HANIFAH  
NIM: 180301211

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
2022**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSERS*, PROMOSI PENJUALAN DAN  
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*SHOPEEFOOD*  
(STUDI PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH GRESIK TAHUN 2018-2020)**

**SKRIPSI**

Untuk menyusun skripsi pada program strata satu (S1)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Oleh :  
LAILY HANIFAH  
NIM: 180301211

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
2022**

## KATA PENGANTAR



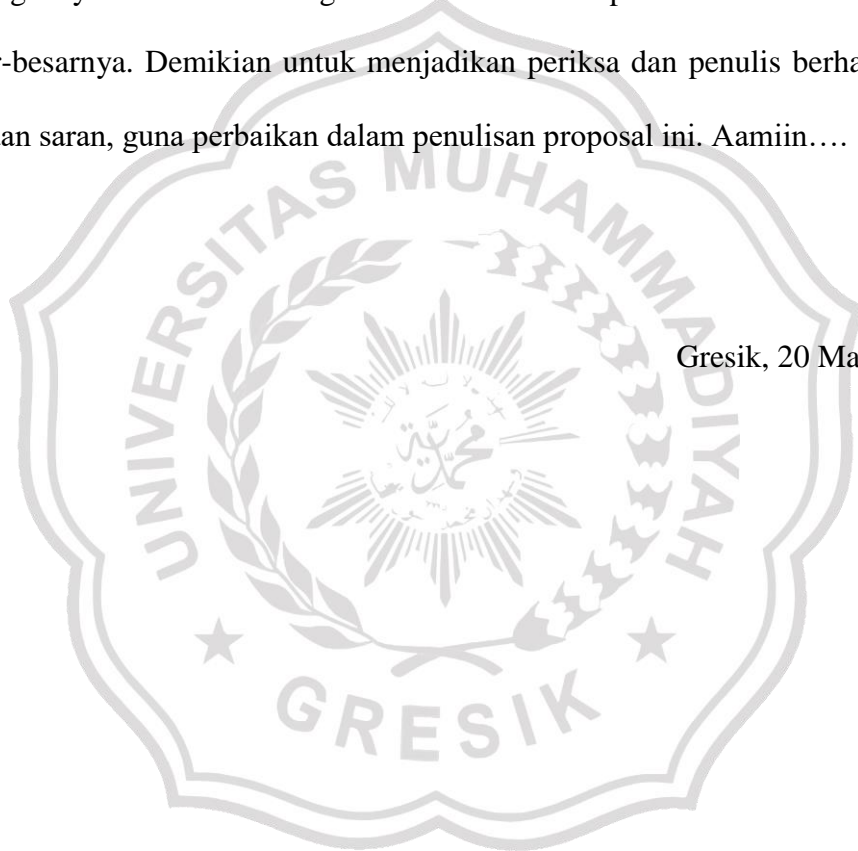
Syukur alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat limpahan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan sebuah proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorsers*, Promosi Penjualan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik tahun 2018-2020)” tanpa ada halangan apapun sesuai waktu yang telah ditentukan. Proposal ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa dalam menempuh tugas perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Gresik.

Proposal Penelitian ini dapat terlaksana dengan baik, tak lepas dari bantuan serta dukungan beberapa pihak, oleh karena itu peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Nadhirotul Laily, SpSi, M.Psi. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Dr. Tumirin, S.E., M.Si selaku Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Maulidyah Amalina Rizqi, S.E., M.M, selaku Ka Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Dr. Moh. Agung SURIANTO, S.E., M.S.M, CSRS, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan kesempatan waktu, bimbingan dan masukan-masukan yang diberikan untuk menyelesaikan proposal penelitian ini.
5. Semua Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti.

6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan do'a dan dukungan baik secara materil maupun non materil sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.
7. Rekan-Rekan seangkatan yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dan bersedia diwawancara.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa proposal penelitian ini masih banyak kekurangannya. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Demikian untuk menjadikan periksa dan penulis berharap atas kritik dan saran, guna perbaikan dalam penulisan proposal ini. Aamiin....



Gresik, 20 Maret 2022

Peneliti

### **Abstract**

Digitalization has led to many very rapid developments, especially in the field of technology. The development of information and communication technology has had an impact on changes in various fields, such as the economy, society, politics and culture, and has had an impact on lifestyle changes, including consumption patterns and the way people sell and shop. So a lot e-commerce has sprung up with attractive and safe shopping technology systems. E-commerce in Indonesia is currently growing rapidly by taking all market share from providing online selling platforms to ordering online food delivery. This change in the business environment has been taken advantage of by several technology-based companies, one of which is Gojek, Grab, and its new competitor, Shopeefood. Shopee is one of the largest e-commerce or online shopping sites in Indonesia. Shopee in April 2020 released its new delivery-food business called Shopeefood. This observation uses a quantitative technique with a questionnaire based on the calculation of the Likert scale. Validity and reliability tests have been used to decide whether the allocated questionnaire turns out to be valid or not. Hypothesis testing is carried out using multiple regression examinations, simultaneous trials (F-test), and testing and determining the correlation coefficient. From the results of the assessment carried out, it is recognized that the quality of information does not have an impact on purchasing decisions, while celebrity endorsers and sales promotions have an impact on purchasing decisions through Shopeefood.

**Keywords:** Technology, Celebrity Endorsers, Promotions, Purchasing, E-commerce

### **Abstrak**

Digitalisasi telah menyebabkan terjadinya banyak perkembangan yang sangat pesat terutama di bidang teknologi. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi berdampak pada perubahan di berbagai bidang, seperti ekonomi, sosial, politik dan budaya, serta berdampak pada perubahan gaya hidup, termasuk pola konsumsi serta cara berjualan dan berbelanja masyarakat. Sehingga banyak bermunculan e-commerce dengan sistem teknologi belanja yang menarik dan aman. E-commerce di Indonesia saat ini sedang berkembang pesat dengan mengambil semua pangsa pasar dari menyediakan platform jualan online hingga pesan antar makanan online. Perubahan lingkungan usaha ini yang dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan yang berbasis teknologi, salah satunya seperti perusahaan Gojek, Grab, dan pesaing barunya yaitu Shopeefood. Shopee merupakan salah satu e-commerce atau situs belanja online terbesar di Indonesia, Shopee pada april 2020 merilis bisnis barunya delivery-food yang bernama Shopeefood. Pengamatan ini menggunakan teknik kuantitatif dengan kuesioner berdasarkan perhitungan skala Likert. Uji validitas dan reliabilitas telah digunakan untuk memutuskan apakah kuesioner yang dialokasikan berubah menjadi valid atau tidak. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan pemeriksaan regresi berganda, uji coba simultan (uji-F), dan pengujian dan penentuan koefisien korelasi. Dari hasil penilaian yang dilakukan, diakui bahwa kualitas informasi tidak berdampak pada keputusan pembelian, sementara celebrity endorser dan promosi penjualan berdampak pada keputusan pembelian melalui Shopeefood.

**Kata kunci:** Teknologi, Celebrity Endorsers, Promosi, Pembelian, E-commerce

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
HALAMAN SAMBUL DEPAN.....	I
HALAMAN SAMBUL DALAM .....	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	II
KATA PENGANTAR .....	III
DAFTAR ISI.....	V
DAFTAR TABEL.....	VI
DAFTAR GAMBAR .....	VII
DAFTAR LAMPIRAN.....	VIII
<b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penulisan .....	9
1.4. Manfaat Penulisan.....	10
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	11
2.2. Landasan Teori .....	14
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	21
2.4. Kerangka Konseptual.....	23
2.5. Hipotesis .....	24
<b>BAB III: METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1. Pendekatan Penelitian .....	25
3.2. Lokasi Penelitian.....	25
3.3. Populasi Dan Sampel .....	25
3.4. Jenis Dan Sumber Data.....	27
3.5. Teknik Pengambilan Data.....	27
3.6. Definisi Operasional.....	27
3.7. Teknik Pengukuran Data.....	30
3.8. Uji Instrumen.....	30
3.9. Uji Asumsi Klasik.....	31
3.10. Teknik Analisis Data.....	32
3.11. Uji Hipotesis.....	33
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1. Objek Penelitian.....	44
4.2. Deskripsi Variabel.....	44
4.3. Hasil Pengujian Instrumen.....	46
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	48
4.5. Teknik Analisis Data.....	50
4.6. Interpretasi Hasil Analisis.....	53
<b>BAB V: KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>58</b>
5.1. Kesimpulan.....	58
5.2. Rekomendasi.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>64</b>

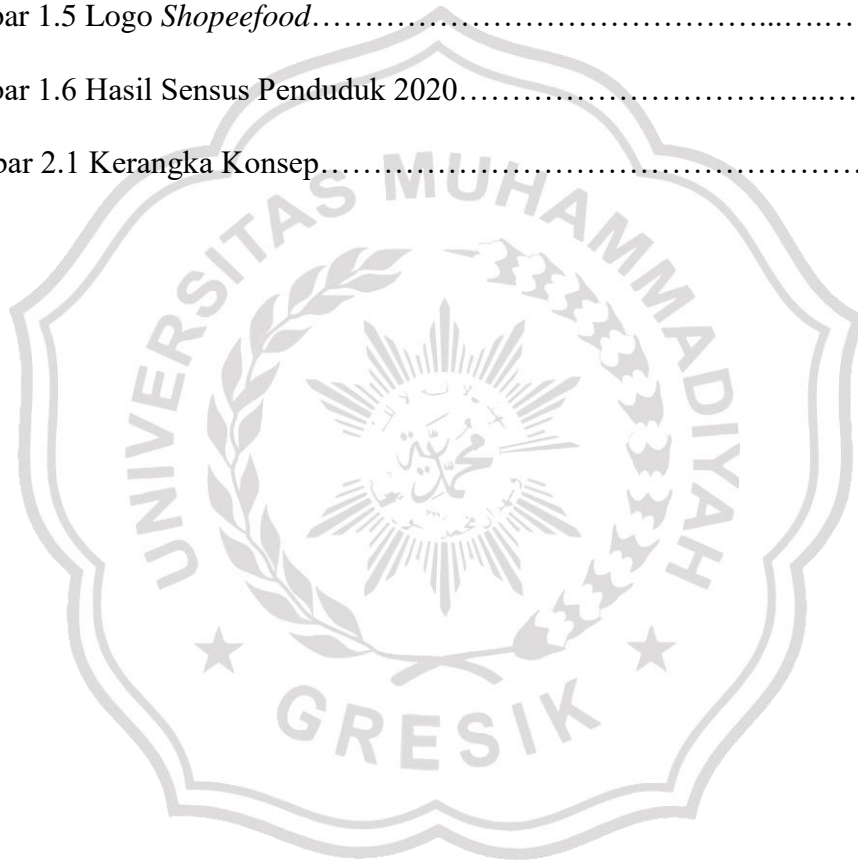


## DAFTAR TABEL

	<b>Hal</b>
Tabel 1.1 Mapping <i>Research Gap</i> .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.1 Jumlah Sampel Setiap Angkatan.....	31
Tabel 3.2 Skala likert.....	32
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan tahun angkatan.....	45
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan progam studi.....	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4.9 Hasil Regresi Berganda <i>Coefficients<sup>a</sup></i> .....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji f.....	53

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Hal</b>
Gambar 1.1. Transaksi E-Commerce Indonesia 2017-2020.....	5
Gambar 1.2 Top Delivery-food di Indonesia 2021.....	6
Gambar 1.3 Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan Indonesia 2022.....	7
Gambar 1.4 Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan di Asia 2020.....	8
Gambar 1.5 Logo <i>Shopeefood</i> .....	9
Gambar 1.6 Hasil Sensus Penduduk 2020.....	10
Gambar 2.1 Kerangka Konsep.....	23





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2 : Daftar Nama Responden .....	67
Lampiran 3 : Data Tabulasi Responden.....	69
Lampiran 4 : Hasil Output SPSS Uji Validitas.....	84
Lampiran 5 : Hasil Output SPSS Uji Reabilitas.....	87
Lampiran 6 : Hasil Output SPSS Analisis Regresi Berganda.....	9



