

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK ORONAMIN C**  
(Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)

**SUTAS SYAMOFI**

**8223164074**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Karya Ilmiah ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2021**

***INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER ON PURCHASING  
DECISION ON ORONAMIN C PRODUCTS***

*(Survey of Students State University of Jakarta)*

**SUTAS SYAMOFI**

**8223164074**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

*This Scientific Paper Was Prepared to Meet One of the Requirements to Obtain  
an Associate Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta*

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2021***

## ABSTRAK

**Sutas Syamofi, 2021. 8223164074. Judul Karya Ilmiah “Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Oronamin C (Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta).”** Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian pada produk oronamin c secara *online*. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang pernah menonton iklan *celebrity endorser* produk oronamin c. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probably sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, pengujian hipotesis, dan analisis regresi linier sederhana. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh secara signifikan variabel *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,522 (52,2%), dan sisanya 0,478 (47,8%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian, Regresi Linier Sederhana

## **ABSTRACT**

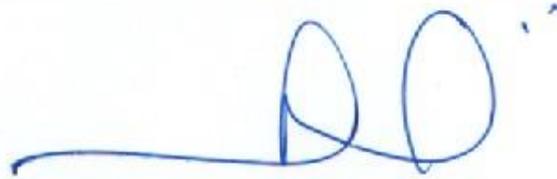
**Sutas Syamofi, 2021. 8223164074. Title of the research “Influence of Celebrity Endorser on Purchasing Decision on Oronamin C Products (Survey on Student of State University of Jakarta)”.** Study Program DIII Marketing Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

*This research aims analyze the influence of celebrity endorser on Purchasing Decision on oronamin c products via online. The data that used in this research were collected from the result of spreading questionnaires to 100 respondents who had watched advertisements for celebrity endorser oronamin c products. The sampling technique used non probably sampling. The technique of data analysis used descriptive analysis, hypothesis testing, and simple linier regression analysis. From the result of the research, known that celebrity endorser has influence significantly towards purchasing decision. This is showed by the value of coefficient determination ( $R^2$ ) is 0,522 (52,2%) and the rest is 0,478 (47,8%) that means explained by the order of independents variables that was not analyze in this research.*

*Keyword : Celebrity Endorser, Purchasing Decision, Simple Regression Analysis*

## LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi - Universitas Negeri Jakarta



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd

NIP. 197207152001121001

Nama  
Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

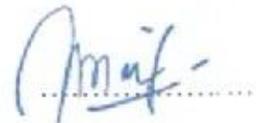
Shandy Aditya, BIB, MPBS  
NIP. 198404082019031003



21 Agustus 2021

Penguji

Dra. Umi Mardiyati, M.Si  
NIP. 195702211985032002



18 Agustus 2021

Dosen Pembimbing

Dra. Sholikhah, M.M  
NIP. 196206231990032001



24 Agustus 2021

# LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surel [fe@unj.ac.id](mailto:fe@unj.ac.id) - [www.fe.unj.ac.id](http://www.fe.unj.ac.id)

---

## SURAT PERSETUJUAN SIDANG KARYA ILMIAH

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dra. Sholikhah, MM  
NIP/NIDK : 196206231990032001  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Sutas Syamofi  
No. Registrasi : 8223164074  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Oronamin C (Survey pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)

untuk mengikuti Ujian Karya Ilmiah.

Jakarta, 6 Agustus 2021

Mengetahui,  
Koord. Program Studi D3 Manajemen Pemasaran      Dosen Pembimbing

Dra. Sholikhah, M.M  
NIP. 196206231990032001

Dra. Sholikhah, M.M  
NIP. 196206231990032001

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini saya mengatakan bahwa :

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 6 Agustus 2021  
Yang membuat pernyataan,

Sutas Syamofi  
No. Reg. 8223164074

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya serta kedua orang tua yang selalu mendoakan dan mendukung penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan karya ilmiah dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Oronamin C (Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). Penyusunan karya ilmiah ini sebagai salah satu syarat unruk mendapatkan gelar Ahli Madya di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat terselesaikan dengan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Sholikhah, M.M selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran sekaligus Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan karya ilmiah ini.
3. Seluruh Dosen Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
4. Teman-teman DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2016 yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis.
5. Seluruh keluarga besar organisasi KSR PMI Unit UNJ yang memberikan dukungan serta pengalaman yang luar biasa.

6. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memperlancar proses penelitian dari awal sampai penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis menyadari kekurangan dalam penyusunan ini karena keterbatasan penulis wawasan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membantu penulis untuk lebih baik lagi. Semoga karya ilmiah ini dapat membantu dan berguna bagi penulis dan orang lain.

Jakarta, 6 Agustus 2021

Penulis