

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN SELEBRITI PENDUKUNG
TERHADAP NIAT BELI PRODUK FESYEN LOKAL: STUDI
KASUS KONSUMEN MEREK X DI JAKARTA**

NANDA TALIA RISMADHANI

1707618023



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA AND CELEBRITY
ENDORSEMENT ON PURCHASE INTENTIONS FOR LOCAL
FASHION PRODUCTS: A CASE STUDY OF BRAND X
CONSUMERS IN JAKARTA.***

NANDA TALIA RISMADHANI

1707618023



*This thesis is written as one of the requirements for getting Bachelor Degree of
Education on Faculty of Economics, State University of Jakarta*

BUSINESS EDUCATION STUDIES PROGRAM









FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
 Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si NIP. 196610302000121001 (Ketua Penguji)		29 November 2022
2	Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP. 196301191992032001 (Penguji Ahli 1)		21 November 2022
3	Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev NIP. 198507232010121002 (Penguji Ahli 2)		17 November 2022
4	Ika Febrilia, SE, M.M NIP. 198702092015042001 (Pembimbing 1)	 	25 November 2022
5	Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM. NIDN. 0002038107 (Pembimbing 2)	 	25 November 2022
Nama : Nanda Talia Rismadhani No. Registrasi : 1707618023 Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 26 Oktober 2022			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya mengatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi 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 di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 21 Desember 2022

Yang membuat pernyataan



Nanda Talia Rismadhani

NIM. 1707618023

ABSTRAK

NANDA TALIA RISMADHANI. Pengaruh Media Sosial dan Selebriti Pendukung Terhadap Niat Beli Produk Fesyen Lokal: Studi Kasus Konsumen Merek X di Jakarta. Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui pengaruh positif dan signifikan media sosial terhadap niat membeli produk fesyen lokal pada konsumen merek X di Jakarta. (2) Mengetahui pengaruh positif dan signifikan selebriti pendukung terhadap niat membeli produk fesyen lokal pada konsumen merek X di Jakarta. (3) Mengetahui pengaruh positif dan signifikan media sosial dan selebriti pendukung akan berpengaruh terhadap niat membeli produk fesyen lokal pada konsumen merek X di Jakarta. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen fesyen lokal merek X di Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas dan Uji Regresi Berganda. Sedangkan untuk Uji Hipotesis Menggunakan Uji T, Uji F dan Uji Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara media sosial dengan niat beli konsumen terhadap produk fesyen lokal di Jakarta. (2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan juga antara selebriti pendukung dengan niat beli konsumen terhadap produk fesyen lokal di Jakarta. (3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pula antara media sosial dan selebriti pendukung dengan niat beli konsumen terhadap produk fesyen lokal di Jakarta.

Kata kunci: Niat beli, media sosial, selebriti pendukung, fesyen lokal, konsumen merek X.

ABSTRACT

NANDA TALIA RISMADHANI. *The Influence of Social Media and Supporting Celebrities on Purchase Intentions of Local Fashion Products: A Case Study of Consumers of Brand X in Jakarta. Jakarta: Business Education Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2022.*

This study aims to: (1) determine the positive and significant influence of social media on the intention to buy local fashion products on brand X consumers in Jakarta. (2) Knowing the positive and significant influence of supporting celebrities on the intention to buy local fashion products on brand X consumers in Jakarta. (3) Knowing the positive and significant influence of social media and celebrity supporters will affect the intention to buy local fashion products on brand X consumers in Jakarta. The population in this study are local fashion consumers of brand X in Jakarta. The sampling technique used purposive sampling with a sample of 100 people. The data analysis technique used Validity Test and Multiple Regression Test. As for the Hypothesis Test Using the T Test, F Test and Coefficient of Determination Test. The results of this study indicate: (1) There is a positive and significant influence between social media and consumer buying intentions on local fashion products in Jakarta. (2) There is a positive and significant influence between supporting celebrities and consumers' purchase intentions of local fashion products in Jakarta. (3) There is a positive and significant influence between social media and supporting celebrities with consumer purchase intentions on local fashion products in Jakarta.

Keywords: *Purchase intention, social media, celebrity endorsement, local fashion, brand X consumers.*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji atas kehadiran Allah SWT karena atas nikmat dan rahmat ridho-Nya skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya dengan baik. Untuk itu, karya ini saya persembahkan kepada orang-orang tersayang dan terbaik dalam hidup saya.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua dan keluarga saya sebagai tanda terima kasih karena selalu memberikan kasih sayang yang begitu besar, selalu mendoakan saya tanpa henti untuk segala kemudahan serta kelancaran, dan juga memberikan motivasi disetiap perjalanan yang panjang ini.

Saya juga berterimakasih kepada semua jajaran Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, sahabat saya, dan teman-teman seperjuangan skripsi Prodi Pendidikan Bisnis yang turut serta dalam memberikan dukungan, motivasi, serta saran terbaiknya hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah mendoakan dan mendukung saya selama proses pengerjaan skripsi ini hingga selesai.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial dan Selebriti Pendukung Terhadap Niat Beli Produk Fesyen Lokal: Studi Kasus Konsumen Merek X di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ari Saptono, S.E, M.Pd, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Nadya Fadillah F, S.Pd, M.Pd, Selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing, memberikan arahan selama perkuliahan.
3. Ibu Ika Febrilia, SE, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan ilmu dan saran serta dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
4. Ibu Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan ilmu dan saran serta dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Kedua orang tua penulis, Rodiyah dan Maryoto, dan Adik penulis, Dhimas Bagus Wirawan yang selalu mendukung, membantu, menemani, menyayangi dan memberi doa dengan tulus.
7. Teman-teman dan sahabat yang selalu memberikan motivasi, dukungan, saran dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.

8. Orang istimewa, Hari Hartono yang selalu baik menemani penulis dari sejak maba sampai saat ini, terima kasih atas *support* yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh responden yang telah membantu penulis dan tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas bantuan kalian sehingga skripsi ini dapat selesai.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti meminta maaf atas kesalahan yang terdapat dalam skripsi ini dan menerima dengan senang hati untuk berbagai kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan para pembaca sekalian.

Jakarta, 28 September 2022

Peneliti