

SKRIPSI

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *FEAR OF MISSING OUT*, DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PRODUK
MORTELS DI KOTA BANJARMASIN**



Oleh :

Ali Hannan Fawaz Rizky

1810312210041

MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2024**

LEMBARAN LEGALITAS

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *FEAR OF MISSING OUT*, DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PRODUK
MORTEILS DI KOTA BANJARMASIN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Ali Hannan Fawaz Rizky

NIM. 1810312210041

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 10 Juli 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



Dr. Raden Roro Yulianti Prihatingrum, SE M.Si

NIP. 19730727 200112 2 001

Penguji I

Penguji II



Rusniati, SE, M.Si

NIP. 19721117 199702 2 004

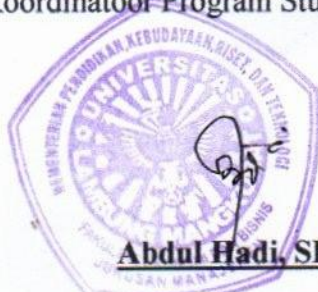


M. Yudy Rachman, SE, MM

NIP. 19821023 200501 1 001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si

NIP. 19700707 200501 1 001


LEMBARAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Ali Hannan Fawaz Rizky
NIM : 1810312210041
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorser, Fear of Missing Out,*
Desain Produk terhadap *Impulsive Buying* pada Produk
Morteils di Kota Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : 10 Juli 2024
Waktu Ujian : 09.00 WITA s/d 10.30 WITA

TIM PENGUJI

Pembimbing : Dr. RR Yulianti Prihatingrum, SE, M.Si (..........)

Penguji I : Rusniati, SE, M,Si (..........)

Penguji II : M. Yudy Rachman, SE, MM (..........)

LEMBARAN BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat di bawah ini:

1. Nama : Ali Hannan Fawaz Rizky
2. NIM : 1810312210041
3. Jurusan : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Celebrity Endorser, Fear of Missing Out, Desain Produk terhadap Impulsive Buying pada Produk Morteils di Kota Banjarmasin
5. Waktu Ujian : Rabu, 10 Juli 2024 (09.00 WITA s/d 10.30 WITA)
6. Tempat Ujian : Ruang Ujian C1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan

Banjarmasin, 7 Agustus 2024

Mahasiswa



Ali Hannan Fawaz Rizky

NIM. 1810312210041

Dosen Pembimbing

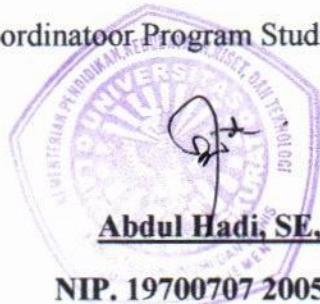


Dr. Raden Roro Yulianti Prihatingrum, SE, M.Si

NIP. 19730727 200112 2 001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si

NIP. 19700707 200501 1 001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan, segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah di publikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukuman dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin,

Yang membuat pernyataan,



Ali Hannan Fawaz Rizky

NIM. 1810312210041

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah serta puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rezeki, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser, Fear of Missing Out*, Desain Produk terhadap *Impulsive Buying* pada Produk Morteils di Kota Banjarmasin” akhirnya dapat terselesaikan.

Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Peneliti menyadari akan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang ada pada diri sendiri, sehingga skripsi ini masih terdapat beberapa kelemahan dan kekurangan. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Penyusun skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, pengarahan, bimbingan, doa, semangat, dukungan, dan nasihat dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga yang terus mendukung, menginspirasi, mendoakan, dan memotivasi dalam penulisan dan pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Dr. Abdul Hadi SE, M.Si Koordinator Program Studi S` Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

4. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si sebagai dosen Pembimbing Skripsi yang banyak memberikan pengetahuan, saran, motivasi, semangat serta memberikan waktunya untuk membimbing dalam penelitian ini.
5. Ibu Rusniati, SE, M.Si selaku Dosen Penguji 1 karena telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis agar penelitian ini menjadi lebih baik.
6. Bapak M. Yudy Rachman, SE, MM selaku Dosen Penguji 2 karena telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis agar penelitian ini menjadi lebih baik.
7. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan yang selalu mendukung, menghibur, memberikan motivasi, semangat baik suka maupun duka dalam melewati perjalanan kehidupan perkuliahan.
9. Seluruh teman-teman Jurusan S1 Manajemen Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
10. Kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih telah banyak membantu, mendukung dan mendoakan dalam menyelesaikan penelitian ini.

11. Kepada saya sendiri sebagai penulis terima kasih sebanyak-banyaknya karena telah berjuang, semangat baik itu tenaga, waktu, materi dan pikirannya dalam penelitian ini.

Sebagai penutup, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membutuhkannya, termasuk penulis sendiri, peneliti selanjutnya, *clothing brand* sebagai objek penelitian, serta semua pihak yang membutuhkan yang berhubungan dengan penelitian ini.

Banjarmasin, 1 Juli 2024

Peneliti,



Ali Hannan Fawaz Rizky
NIM. 1810312210041

ABSTRACT

Rizky, Ali Hannan Fawaz (2024). The Influence of Celebrity Endorsers, Fear of Missing Out Product Design and Impulsive Buying on Morteils Products in Banjarmasin City. Supervisor: RR Yulianti Prihatiningrum.

This research was conducted to (1) analyze the influence of celebrity endorsement, fear of missing out, and product design on impulsive buying of Morteils products in Banjarmasin City. (2) To analyze the influence of Celebrity Endorser on Impulsive Buying of Morteils products in Banjarmasin City. (3) To analyze the influence of Fear of Missing Out on Impulsive Buying of Morteils products in Banjarmasin City. (4) To analyze the influence of Product Design on Impulsive Buying of Morteils products in Banjarmasin City.

The research method uses a quantitative approach with explanatory or causal research methods. The population of this research was 226 consumers of Morteils in Tokopedia in Banjarmasin, purposive sampling technique and the research sample was 75 people. The data collection technique uses a questionnaire. Data analysis used multiple regression analysis, F test, T test and determination test with the SPSS version 24 program.

The results of this research prove that there is an influence of celebrity endorsement, fear of missing out, and product design on impulsive buying of Morteils products in Banjarmasin City. There is an influence of celebrity endorsement on impulsive buying of Morteils products in Banjarmasin City. There is an influence of fear of missing out on impulsive buying of Morteils Products in Banjarmasin City. There is an influence of product design on impulsive buying of Morteils Products in Banjarmasin City.

Keywords: Celebrity Endorser, Fear of Missing Out, Product Design, Impulsive Buying

ABSTRAK

Rizky, Ali Hannan Fawaz (2024). *Pengaruh Celebrity Endorser, Fear of Missing Out Desain Produk dan Impulsive Buying pada Produk Morteils di Kota Banjarmasin*. Pembimbing: RR Yulianti Prihatiningrum.

Penelitian ini dilakukan untuk (1) menganalisis pengaruh *celebrity endorsement, fear of missing out*, dan desain produk terhadap *impulsive buying* Produk *Morteils* di Kota Banjarmasin. (2) Untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorsement* terhadap *impulsive buying* Produk *Morteils* di Kota Banjarmasin. (3) Untuk menganalisis pengaruh *fear of missing out* terhadap *impulsive buying* Produk *Morteils* di Kota Banjarmasin. (4) Untuk menganalisis pengaruh desain produk terhadap *impulsive buying* Produk *Morteils* di Kota Banjarmasin.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode explanatory research atau kausal. Populasi penelitian ini sebanyak 226 konsumen *Morteils* di Tokopedia di Banjarmasin, teknik *Purposive sampling* dan sampel penelitian sebanyak 75 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda, uji F, Uji T dan uji determinasi dengan program SPSS versi 24.

Hasil Penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh *Celebrity Endorser, Fear of Missing Out*, dan Desain Produk terhadap *Impulsive Buying* Produk *Morteils* di Kota Banjarmasin. Terdapat pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Impulsive Buying* Produk *Morteils* di Kota Banjarmasin. Terdapat pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap *Impulsive buying* Produk *Morteils* di Kota Banjarmasin. Terdapat pengaruh Desain Produk terhadap *Impulsive Buying* Produk *Morteils* di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser, Fear of Missing Out, Desain Produk, Impulsive Buying*

DAFTAR ISI

SAMPUL	
KATA PENGANTAR	
ABSTRACTION	
ABSTRAKSI	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 <i>Impulsive buying</i>	17
2.1.2 <i>Celebrity endorser</i>	22
2.1.3 <i>Fear of Missing Out</i>	26
2.1.4 Desain Produk	36
2.2 Penelitian terdahulu	38
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
3.1 Kerangka Konseptual	46
3.2 Hipotesis Penelitian	55
BAB IV METODE PENELITIAN	
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	57
4.2 Jenis Penelitian	57
4.3 Waktu dan Tempat Penelitian	58
4.4 Unit Analisis	58

4.5	Populasi dan Sampel	58
4.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	59
4.7	Teknik Pengumpulan Data	63
4.8	Jenis Data	63
4.9	Skala Pengukuran	64
4.10	Uji Validitas dan Reabilitas	66
4.11	Uji Asumsi Klasik	67
4.12	Teknik Analisis Data	69
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	74
5.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	74
5.2	Hasil Penelitian	75
5.2.1	Karakteristik Responden	75
5.2.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	77
5.2.3	Hasil Variabel Penelitian	80
5.2.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	90
5.2.5	Hasil Uji Hipotesis	94
5.3	Pembahasan	98
5.3.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> , <i>Fear of Missing Out</i> , dan Desain Produk terhadap <i>Impulsive Buying</i> Produk <i>Morteils</i> di Kota Banjarmasin.	99
5.3.2	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i> Produk <i>Morteils</i> di Kota Banjarmasin.	102
5.3.3	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i> Produk <i>Morteils</i> di Kota Banjarmasin.	105
5.3.4	Pengaruh desain produk terhadap <i>impulsive buying</i> Produk <i>Morteils</i> di Kota Banjarmasin	107
5.4	Implikasi Penelitian	111

BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	114
6.2 Saran-saram	114
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Konsumen Pembeli Produk <i>Morteils</i> Tahun 2021-2022	7
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	38
Tabel 4.1	Definisi Operasional	60
Tabel 4.2	Kategori Interpretasi Skor	70
Tabel 5.1	Penjualan Produk <i>Morteils</i>	75
Tabel 5.2	Jenis Kelamin Responden	75
Tabel 5.3	Usia Responden	76
Tabel 5.4	Pekerjaan Responden	76
Tabel 5.5	Lama Menjadi Konsumen Responden	77
Tabel 5.6	Hasil Pengujian Validitas	78
Tabel 5.7	Hasil Pengujian Reliabilitas	79
Tabel 5.8	Distribusi Frekuensi <i>Celebrity Endorser</i>	81
Tabel 5.9	Distribusi Frekuensi <i>FoMO</i>	84
Tabel 5.10	Distribusi Frekuensi Desain Produk	85
Tabel 5.11	Distribusi Frekuensi <i>Impulsive Buying</i>	88
Tabel 5.12	Kolmogrov-Smirnov One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test	90
Tabel 5.13	Hasil Uji Multikolinearitas	93
Tabel 5.14	Hasil Uji Regresi Linear Berganda Atau Uji Pengaruh Berganda	94
Tabel 5.15	Hasil Uji F	96
Tabel 5.16	Hasil Uji t	97
Tabel 5.17	Hasil Koefisien Determinasi	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Barang atau Jasa yang Paling Sering Dibeli Saat Belanja Online 2022 (Dihni, 2022)	2
Gambar 5.1 Scatterolit, Uji Heteroskedastisitas	92

