

**PENGARUH PROMOSI PRODUK MAKANAN MENGGUNAKAN
CELEBRITY ENDORSER DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN
(Studi Pada Pengikut Akun @banjarmasinfood)**

SKRIPSI

OLEH

NAZWA TASYA



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2023 M/1444 H

**PENGARUH PROMOSI PRODUK MAKANAN MENGGUNAKAN
CELEBRITY ENDORSER DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN
(Studi Pada Pengikut Akun @banjarmasinfood)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana

Dalam Ilmu Ekonomi

Oleh :

Nazwa Tasya

190105010124

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

BANJARMASIN

2023M/1444 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nazwa Tasya
NIM : 190105010124
Tempat/Tanggal Lahir : Tamban, 2 Mei 2001
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “ Pengaruh Promosi Produk Makanan Menggunakan *Celebrity Endorser* di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen (Studi Pada Pengikut Akun @banjarmasinfood)” adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 6 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Nazwa Tasya

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Promosi Produk Makanan Menggunakan *Celebrity Endorser* di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen (Studi Pada Pengikut Akun @banjarmasinfood)

Ditulis oleh : Nazwa Tasya

NIM : 190105010124

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Srata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2022/2023

Tempat Tanggal Lahir : Tamban, 2 Mei 2001

Alamat : Jl. Poros Ds. Bangun Jaya RT. 19 No. 5

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujui untuk dipertahankan didepan sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.


Banjarmasin, 30 Mei 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin,




Bohana Faridah, S.E., MM
NIP. 1978 0427 200901 2010

Pembimbing I



Dr. Mahmud Yusuf, SHL, MSI
NIP. 1979012620006410002

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Produk Makanan Menggunakan *Celebrity Endorser* di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen (Studi Pada Pengikut Akun @banjarmasinfood).”, ditulis oleh Nazwa Tasya, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 12 Juli 2023

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A (3,75)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. H. Badrian, M. Ag. (Ketua)	1.
2. Dr. Mahmud Yusuf, M.Si. (Anggota)	2.
3. Lutpi Sahal, S.H.I., M.S.I. (Anggota)	3.
4. Muhammad Noval, S.E.I., M.Si. (Anggota)	4.

ABSTRAK

Nazwa Tasya. 2023. *Pengaruh Promosi Produk Makanan Menggunakan Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengikut Akun @banjarmasinfood)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Mahmud Yusuf, M.S.I

Kata Kunci : Promosi, Celebrity Endorser, dan Keputusan Pembelian

Banjarmasinfood adalah nama pengguna Instagram dengan konten berupa *review* tentang makanan dan minuman yang ada di Kota Banjarmasin. Konten tersebut mampu membuat banyak komentar dari para *followers*-nya. Sebagian besar komentar yang disampaikan berisi minat mereka untuk mencoba secara langsung produk makanan dan testimoni dari pengguna Instagram lainnya yang lebih dulu menyambangi tempat kuliner tersebut. Adanya komentar demikian, akan menambah keinginan *followers* akun Instagram @banjarmasinfood untuk mendatangi dan merasakan produk makanan yang telah diunggah oleh akun tersebut.

Bersumber pada hal tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui serta menjelaskan pengaruh yang dihasilkan dari promosi produk makanan menggunakan *celebrity endorser* di media sosial instagram terhadap keputusan pembelian konsumen (studi pada pengikut akun @banjarmasinfood).

Penelitian ini tergolong dalam penelitian kuantitatif dengan banyak sampel penelitian, berjumlah 100 responden. Menerapkan teknik pengambilan sampel, berupa *simple random sampling*, dimana cara pengambilan sampel dengan memilih langsung dari populasi, yaitu *followers* Instagram @banjarmasinfood. Penelitian ini menggunakan metode analisis data, diantaranya uji validitas, uji reliabelitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi. Perolehan hasil uji dan analisa menjelaskan bahwa promosi produk makanan menggunakan *celebrity endorser* di media sosial Instagram dapat menimbulkan reaksi pada *viewers*, yaitu minat melakukan pembelian.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah, 94:5-6)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Dan tidak ada kemudahan tanpa doa”

(Ridwan Kamil)

“Orang lain tidak akan pernah paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success story*nya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun tidak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap berjuang ya!”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'aalamin puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas segala nikmat yang telah diberikan baik kesehatan jasmani maupun rohani. Sholawat serta salam juga dipanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan seperti saat ini.

1. Skripsi ini saya persembahkan kepada Ayahanda H. Muriadin dan Ibunda Hj. Aminah. Terimakasih atas dukungan baik moral maupun materi yang engkau berikan selama ini, doakan anakmu ini sukses dunia maupun akhirat.
2. Teruntuk *best of partner* yaitu Muhammad Pahdiannur dan sahabat-sahabatku Yolanda, Bela, Karina dan Rabiatul yang membantu menyemangati dan menasihati. Kalian adalah tempatku untuk bersandar, disaat ku benar dan salah disaat ku menang dan kalah, disaat suka dan duka. Sekaligus terimakasih dukungannya dan semangatnya sangat bermanfaat.
3. Serta kepada kakak Rika Pahlifi yang telah membantu saya dalam segala hal dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Kepada teman seperjuangan Lokal E ESY 2019 terima kasih telah membantu saya bertukar pikiran, memberikan motivasi dan semangat sampai ada di titik ini. Terima kasih buat kebersamaan dan informasi yang diberikan dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga kita semua sukses dunia dan akhirat.
5. Kepada sahabat-sahabat ku tercinta Yolanda, Karina, Bela dan Rabiatul yang selalu memberikan dukungan dalam melewati suka dan duka, semangat, perhatian dan doa kepada penulis.
6. Kepada seluruh pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu.
7. Dan paling teristimewa terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang sampai di titik ini bekerja keras dan melawan rasa malas untuk menyelesaikan skripsi ini.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada surat Keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa'	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	We
هـ	ha'	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

II Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis Rangkap

متكبر	Ditulis	<i>Mutakabbir</i>
القدوس	Ditulis	<i>al-qudūs</i>

III Ta'marbutah di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	<i>jāmi'ah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>Maktabah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميعة	Ditulis	<i>al-maktabah al- jāmi'ah</i>
-----------------	---------	--------------------------------

IV Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U
شكر	Fathah	Ditulis	syakara
قرأ	Kasrah	Ditulis	quri'a
ينطق	Dammah	Ditulis	yanṭiqu

V Vokal Panjang

1	Fathah+alif كاملة	ditulis	<i>Ā Kāmilah</i>
2	Fathah+ ya mati صلى	ditulis	<i>Ā ṣallā</i>
3	Kasrah+ ya mati شديد	ditulis	<i>i> syadid</i>
4	Dammah+ wawu mati صدر	Ditulis	<i>Ū Sudūr</i>

VI Vokal Rangkap

1	Fathah+ya mati رويد	Ditulis	<i>Ai Ruwaitun</i>
2	Fathah+ wawu mati وفرعون ذي الأوتاد	Ditulis	<i>Au wa fir'auna zi al-autād</i>

VII Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ أَشَدُّ خَلْقًا	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
--------------------------	---------	--------------------------------

VIII Kata sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf Qamariyyah

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kitāb</i>

b. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan di idgamkan

الصبح	Ditulis	<i>aṣ-ṣubḥu</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-sāhirah</i>

IX Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	<i>birru al-wālidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>iza asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji peneliti panjatkan kepada Allah SWT. berkat rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Produk Makanan Menggunakan *Celebrity Endorser* di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen (Studi Pada Pengikut Akun @banjarmasinfood)”. Skripsi ini disusun dalam rangka untuk memperoleh gelar sastra satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran guna perbaikan pada skripsi ini penulis harapkan untuk kemajuan dimasa yang akan datang. Skripsi ini dapat terselesaikan tentu dari bimbingan, dorongan, serta semangat dari berbagai pihak. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Dr. Sukarni M. Ag.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
2. **Rohana Faridah, S.E, M.E.**, selaku ketua program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
3. **Dr. Mahmud Yusuf, M.SI.** selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan memberikan koreksi serta pengarahan pada penulisan skripsi ini.

4. **Bapak dan Ibu Dosen** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang telah memberikan banyak arahan selama mengikuti proses akademik di kampus.
5. **Bapak dan Ibu tenaga kependidikan** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan bermanfaat tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca. Semoga amal baik dan ketulusan hati dalam meberikan bantuan kepada penulis mendapatkan balasan kebaikan dari Allah SWT. Aamiin.

Banjarmasin, 6 Juni 2023

Penulis



Nazwa Tasya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian	12
E. Definisi Operasional.....	12
F. Penelitian Terdahulu	14
G. Hipotesis Penelitian.....	16
H. Sistematika Pembahasan	17
BAB II PROMOSI, CELEBRITY ENDORSER, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN	
A. Promosi.....	19
1. Pengertian Promosi.....	19
2. Pengertian Online Marketing	22
3. Media sosial.....	24
4. Instagram	27
5. Indikator Promosi	36

B. <i>Celebrity Endorser</i>	39
1. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	39
2. Etika Bisnis Dalam Kegiatan <i>Endorsement</i>	41
3. Faktor Pemilihan <i>Endorser</i>	43
4. Peran <i>Celebrity Endorser</i>	44
5. Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	45
C. Keputusan Pembelian	49
1. Pengertian Keputusan Pembelian	49
2. Keputusan Pembelian dalam Islam.....	51
3. Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	54
4. Proses Keputusan Pembelian.....	55
5. Indikator Keputusan Pembelian.....	58
D. Kerangka Pemikiran.....	58
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	60
B. Lokasi Penelitian.....	60
C. Subjek dan Objek Penelitian	61
D. Metode Pengumpulan Data	61
E. Populasi dan Sampel Penelitian	63
F. Instrumen Penelitian.....	64
G. Uji Instrumen Penelitian	66
H. Teknik Analisis Data.....	67
 BAB IV LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
A. Penyajian Data.....	71
B. Data Penelian.....	76
 BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	109
B. Saran-saran	110
 DAFTAR PUSTAKA	113
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Akun Instagram Kuliner	7
Tabel 2.1 Pemasaran Online dengan Pemasaran Tradisional	24
Tabel 3.1 Indikator Penelitian	65
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4.3 Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi	77
Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Celebrity</i> <i>Endorser</i>	81
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	87
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	93
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	94
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	95
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	96
Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas.....	97
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	98
Tabel 4.12 Hasil Pengolahan Data	100
Tabel 4.13 Pengujian Hipotesis Secara Simultan	102
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis Secara Simultan	103
Tabel 4.15 Tabulasi Interpretasi Nilai R.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Postingan Akun Instagram @banjarmasinfood.....	8
Gambar 2.1 Berbagai Sosial Media Marketing.....	23
Gambar 2.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	56
Gambar 4.1 Logo Akun Instagram @banjarmasinfood.....	72
Gambar 4.2 Snapgram Endorse	73
Gambar 4.3 Snapgram Post.....	74
Gambar 4.4 Layanan Foto Endorse Instagram.....	74
Gambar 4.5 Layanan Visit Video Endorse	75
Gambar 4.6 Layanan Visit Endorse	76
Gambar 4.7 Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot.....	98