

**PENGARUH *SOSIAL MEDIA MARKETING, CELEBRITY  
ENDORSEMENT* DAN *LIFESTYLE* TERHADAP *PURCHASE  
INTENTION* PRODUK JIMS HONEY DI CIKARANG BARAT**

SKRIPSI



OLEH :  
SITI MAIMUNAH  
112010339

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH *SOSIAL MEDIA MARKETING, CELEBRITY  
ENDORSEMENT* DAN *LIFESTYLE* TERHADAP *PURCHASE  
INTENTION* PRODUK JIMS HONEY DI CIKARANG BARAT**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

**SKRIPSI**



**OLEH :**  
**SITI MAIMUNAH**  
**112010339**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama : Siti Maimunah

Nim : 112010339

Judul Skripsi : Pengaruh Sosial Media Marketing, Celebrity Endorsement,  
Dan Lifestyle Terhadap Purchase Intention Produk Jims  
Honey Di Cikarang Barat

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses bimbingan serta hasil bimbingan yang telah dilakukan dan perbaikan yang telah dilakukan, yang bersangkutan kini memenuhi syarat untuk mendaftar mengikuti ujian skripsi di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 03 Juli 2024

Pembimbing



Edy Saptono, S.H., M.B.A

NIDN: 0412118305

SKRIPSI

***PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING, CELEBRITY  
ENDORSEMENT, DAN LIFESTYLE TERHADAP PURCHASE INTENTION  
PRODUK JIMS HONEY DI CIKARANG BARAT***

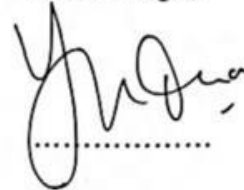
Dipersiapkan dan disusun oleh:  
Siti Maimunah  
112010339

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI**

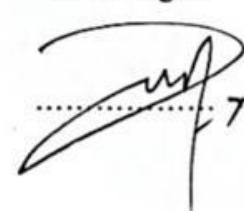
Ketua Penguji,  
Indra Permana, S.Sos., M.M.  
NIDN: 0424027803

Tanda Tangan



Anggota Penguji  
Riski Eko Ardianto, S.E., M.M.  
NIDN: 0431079101

Tanda Tangan



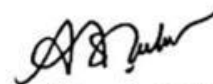
Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.  
NIDN: 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.  
NIDN: 0404046508

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah in

Nama : Siti Maimunah  
NIM : 112010339  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini, saya menyatakan dengan tegas bahwa skripsi yang saya ajukan adalah hasil karya orisinal saya sendiri dan belum pernah digunakan untuk memperoleh gelar di Program Sarjana ini atau program lainnya. Beberapa bagian dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari karya orang lain telah disebutkan sumbernya dengan jelas, sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Jika ditemukan pelanggaran etika akademik, plagiarisme, atau penggunaan data yang tidak sah dalam skripsi ini, saya siap menerima akibatnya. Dengan demikian, saya sepenuhnya menyadari tanggung jawab saya sebagai penulis skripsi ini dalam membuat pernyataan ini.

Bekasi, 03 Juli 2024



Siti Maimunah

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

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

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu” (Umar Bin Khattab)

### Persembahan :

- Bapak Misri, Ibu Supiah, Kakak Siti Munawaroh, Siti Badriyah, Fahmi Firmansyah, Suparman serta Keponakan Siti Fatimah Azzahra dan Annisa Nuraini yang telah memberikan support dan mendoakan penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi.
- Bapak Edy Saptono, SH., M.B.A selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membantu mengarahkan dan memperbaiki dalam penulisan skripsi ini.
- Nor Cahyo Wati Puspita Sari dan Novi Tri Mulyani selaku teman seperjuangan selama berkuliah di Universita Pelita Bangsa yang selalu memberikan support dan menemani selama perkuliahan.
- Dimas Yogi Pratama, Putri Aprilia, Sri Evita Yanti, Triski Ayu Kintania Rahmasari sebagai teman perjuangan dalam penulisan skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

Dengan rasa syukur dan pujian kepada Allah SWT, penulis ingin menyampaikan terima kasih karena dengan karunia-Nya, penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi berjudul "Pengaruh Sosial Media Marketing, Celebrity Endorsement, dan Lifestyle Terhadap Purchase Intention Produk Jims Honey di Cikarang Barat". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat ujian seminar proposal dalam program studi manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak mungkin tercapai tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Yunita Ramadhani Ratnaningsih DS, S.E., M. Sc. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa
2. Ibu Preatmi Nurastuti, SE., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa.
3. Bapak Hamzah Mohammad Mardi Putra, SKM., M.M, selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
4. Bapak Edy Saptono, S.H., M.B.A, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran dan kritik bimbingan arahan yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga tercinta kedua Orang tua, Kakak saya yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat.
6. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang telah diberikan. Penulis selalu merindukan saat-saat diskusi bersama dimasa perkuliahan.
7. Seluruh staff Administrasi Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu sosial Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan

membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian proposal skripsi ini.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 03 Juli 2024

Penulis,

Siti Maimunah



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Purchase Intention .....	8
2.1.2 Sosial Media Marketing .....	10
2.1.3 Celebrity Endorsment.....	15
2.1.4 Lifestyle.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	21
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	28
3.3 Kerangka Konsep .....	29
3.3.1 Desain Penelitian .....	29
3.3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	31
3.4 Populasi dan Sampel .....	33
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	34
3.6 Metode Analisis Data .....	35
3.6.1 Uji Validitas .....	35
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	35
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	38

4.2	Hasil Penelitian .....	38
4.2.1	Deskripsi Penelitian.....	38
4.2.2	Uji Karakteristik Responden .....	38
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	40
4.3.1	Uji Validitas.....	40
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	42
4.4	Uji Asumsi Klasik .....	43
4.5	Uji Regresi Linear Berganda.....	49
4.6	Uji Hipotesis.....	50
4.7	Pembahasan.....	53
4.7.1	Pengaruh Social Media Marketing Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	53
4.7.2	Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	53
4.7.3	Pengaruh Lifestyle Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	54
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>55</b>
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran.....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>57</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>61</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Followers sosial media (2024).....	2
Tabel 1.2 Jumlah Pengguna Aktif Sosial Media di Indonesia (2014 – 2023).....	2
Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	28
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.3 Bobot Penilaian Skala Likert .....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	39
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Data Sosial Media Marketing (X1).....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Data Celebrity Endorsement (X2).....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Data Lifestyle (X3) .....	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Data Purchase Intention .....	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas .....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	44
Tabel 4.12 One Sample Kolmogorv Smirnov.....	45
Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Berganda .....	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Berganda 2 .....	49
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	51
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	52

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	27
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Scatter Plot .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Mapping Jurnal .....	61
Lampiran 2 Pertanyaan Kuesioner .....	64
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	68
Lampiran 4 Hasil Uji SPSS.....	83

*The Influence on Social Media Marketing, Celebrity Endorsement and Lifestyle on Purchase Intention Jims Honey Product in Cikarang Barat*

Siti Maimunah<sup>1)</sup>  
Edy Saptono<sup>2)</sup>

**ABSTRACT**

*Jims Honey is a premium local fashion brand known for its superior quality. This brand continues to innovate with the times, always creating products that suit young people's fashion trends. The method used in this research is a quantitative approach, where data is collected through questionnaires distributed to 140 respondents using purposive sampling techniques. Data analysis was carried out using the SPSS version 27 application to evaluate the relationship and influence between independent variables and purchase intention as the dependent variable. Research findings show that social media marketing has a positive and significant influence on purchase intentions for Jim's Honey products, and social media promotions can increase consumers' purchase interest in these products. The use of celebrity endorsements has also been proven to have a significant positive influence, confirming that endorsements from celebrities can increase consumer purchasing intentions. Apart from that, lifestyle has also been proven to have a positive impact on purchasing intentions, where consumers who feel that Jim's Honey products suit their lifestyle are more likely to buy them. This study provides valuable insight into the marketing strategy of Jim's Honey in West Cikarang, highlighting the importance of integrating social media marketing, celebrity endorsements, and understanding consumer lifestyles to increase purchase intentions. It is hoped that the results of this survey can serve as a guide for designing more effective marketing strategies in the future.*

*Keywords: Sosial Media Marketing, Endorsement Selebriti, Lifestyle, Purchase Intention, Jims Honey.*

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING, CELEBRITY ENDORSEMENT  
DAN LIFESTYLE TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK JIMS  
HONEY DI CIKARANG BARAT**

Siti Maimunah<sup>1)</sup>  
Edy Saptono<sup>2)</sup>

**ABSTRAK**

Jims Honey adalah sebuah merek fashion lokal premium yang terkenal dengan kualitas unggul. Merek ini terus berinovasi mengikuti perkembangan zaman, selalu menciptakan produk yang sesuai dengan tren fashion anak muda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada 140 responden dengan menggunakan teknik *Purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 27 untuk mengevaluasi hubungan dan pengaruh antara variabel independen dengan niat pembelian sebagai variabel dependen. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sosial media marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk Jim's Honey, dan promosi media sosial dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk tersebut. Penggunaan celebrity endorsement juga terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan, menegaskan bahwa endorsement dari selebriti dapat meningkatkan niat beli konsumen. Selain itu, gaya hidup (lifestyle) juga terbukti berdampak positif terhadap niat beli, di mana konsumen yang merasa bahwa produk Jim's Honey sesuai dengan gaya hidup mereka cenderung lebih mungkin untuk membelinya. Studi ini memberikan wawasan berharga mengenai strategi pemasaran Jim's Honey di Cikarang Barat, menyoroti pentingnya mengintegrasikan sosial media marketing, celebrity endorsement, dan pemahaman akan gaya hidup konsumen untuk meningkatkan niat beli. Hasil survei ini diharapkan dapat menjadi panduan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif di masa depan.

**Kata Kunci:** Sosial Media Marketing, Endorsement Selebriti, Lifestyle, Purchase Intention, Jims Honey.