

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN  
*CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK EIGER DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



Diajukan oleh

Arya Aprianto

No.Mhs. 111901459

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN  
*CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK EIGER DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan oleh

Arya Aprianto

No.Mhs. 111901459

Yogyakarta, 28 Desember 2025

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E., M.Sc.

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN**  
***CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**PADA PRODUK EIGER DI YOGYAKARTA**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan penguji Jurusan Manajemen  
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal : 5 Januari 2024

Yang terdiri atas:

Ketua

Anggota



Sri Rejeki Ekasasi, Dra, M.B.A.



Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E., M.Sc.

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“Pengaruh *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Eiger di Yogyakarta”**.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 5 Januari 2024

Yang memberi pertanyaan



Arya Aprianto

Saksi 1, sebagai pembimbing skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi



Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E, M.Sc

Saksi 2, sebagai ketua penguji skripsi:



Sri Rejeki Ekasasi, Dra, M.B.A.

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Saya persembahkan skripsi saya kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan penuh baik secara moril dan materil. Semoga saja dengan persembahan skripsi ini, membuat beliau Bahagia, dan tersenyum.

## **MOTTO**

“Setiap orang pasti mempunyai mimpi, begitu juga saya, namun bagi saya yang paling penting adalah bukan seberapa besar mimpi yang kamu punya, tapi adalah seberapa besar usaha kamu untuk mewujudkan mimpi itu.”

(Nazril Irham)

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur penelitian panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas limpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Skripsi ini berjalan dengan lancar berkat bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua Orangtua yang selalu memberikan support kepada penulis baik secara moril maupun non moril
2. Rasistia Wisandianing Primadineska,S.E.,M.Sc. selaku dosen pembimbing Skripsi.
3. Bapak Dr. Suparmono, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YPKN Yogyakarta.
4. Kekasih dan seluruh teman yang telah mendukung dan memberikan semangat serta motivasi kepala peneliti.
5. Seluruh masyarakat Yogyakarta terutama yang telah membantu dalam pengisian kuesioner sehingga ini dapat berjalan dengan lancar

Peneliti menyadari masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta,\_\_\_\_\_

Arya Aprianto

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, dan *Content Marketing* terhadap keputusan pembelian pada produk Eiger di Yogyakarta. Metode Pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan Teknik purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan syarat masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah membeli produk Eiger minimal 1x pembelian. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, regresi linier berganda, uji t, uji *goodness of fit*, koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable *Brand Image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, *Celebrity Endorser* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan *Content Marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk Eiger di Yogyakarta.

**Kata kunci:** *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, *Content Marketing*, Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

*This research aims to determine the influence of Brand Image, Celebrity Endorser, and Content Marketing on purchasing decisions for Eiger products in Yogyakarta. The sampling method uses non-probability sampling with purposive sampling technique. The number of samples used in this research was 100 respondents with the requirement that people from the Special Region of Yogyakarta had purchased Eiger products at least once. The data analysis methods used are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression, t test, goodness of fit test, coefficient of determination. The results of this research show that the Brand Image variable has a positive influence on purchasing decisions, Celebrity Endorser has a positive influence on purchasing decisions, and Content Marketing has a positive influence on purchasing decisions for Eiger products in Yogyakarta.*

**Keyword:** *Brand Image, Celebrity Endorser, Content Marketing, purchasing decisions*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	1
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	8

<b>BAB II TINJUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu .....	13
C. Hipotesis.....	15
D. Kerangka Penelitian .....	17
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
A. Definisi Konsep.....	18
B. Definisi Operasional.....	19
C. Objek dan Subjek Penelitian .....	21
D. Jenis penelitian .....	22
E. Teknik Pengumpulan Data.....	23
F. Metode Analisis Data .....	24
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN &amp; ANALISIS DATA</b>	
.....	28
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	28
B. Analisis Data .....	30
C. Pembahasan.....	44
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>47</b>
A. Kesimpulan .....	47
B. Saran.....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>49</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>52</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 penelitian terdahulu.....	13
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	31
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	32
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	33
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas .....	37
Tabel 4. 7 Uji Normalitas.....	38
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas .....	39
Tabel 4. 9 Uji Heteroskedastisitas.....	39
Tabel 4. 10 Analisis Regresi Linier Berganda .....	40
Tabel 4. 12 Uji Goodness of Fit.....	42
Tabel 4. 11 Uji t .....	43
Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi.....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....	17
---------------------------------------	----