

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**PENGARUH SELEBGRAM ENDORSER TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN DI MOYASHOP LIMBOTO**

**SKRIPSI**

Oleh :

Iin Oktaviani B.Lihawa

931417043

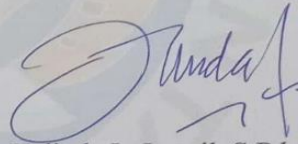
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**



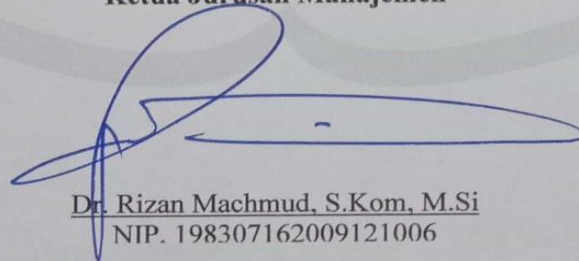
Andi Juanna, S.Pd, M.Sc  
NIP. 198411262010121004



Yulinda L. Ismail, S.Pd, M.Si  
NIP. 197607042005012002

**Mengetahui :**

**Ketua Jurusan Manajemen**



Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si  
NIP. 198307162009121006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH SELEBGRAM ENDORSER TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN DI MOYASHOP LIMBOTO

SKRIPSI

Oleh

IIN OKTAVIANI B. LIHAWA

931417043

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Selasa, 14 September 2021

Waktu : 14.00 WITA

Penguji:

1. Dr. MUCHTAR AHMAD, S.Pd, M.Si  
NIP. 197805042003121003
2. YAYU ISYANA PONGOLIU, SE, M.Sc  
NIP. 198301042005012002
3. ANDI JUANNA, S.Pd, M.Sc  
NIP. 198411262010121004
4. YULINDA L. ISMAIL, S.Pd, M.Si  
NIP. 197607042005012002

1.....

2.....

3.....

4.....

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Gorontalo



Dr. Muhammad Amir Arham, M.E  
NIP. 197207252006041002

## ABSTRAK

Iin Oktaviani B.Lihawa. NIM. 931 417 043. *“Pengaruh Selebgram Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen di Moyashop Limboto”*. Skripsi, Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan dari Bapak Andi Juanna, S.Pd, M.Sc dan Ibu Yulinda L. Ismail, S.Pd, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Selebgram Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen di Moyashop Limboto. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Moyashop Limboto, Laki-laki maupun perempuan, yang bersedia menjadi responden dan followers dari Nizam. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 67 orang. Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket dengan skala likert yang memiliki alternatif jawaban. Untuk teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Selebgram mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Kemudian nilai R square adalah sebesar 0,361. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 36,1% variabel Minat Beli Konsumen di Moyashop Limboto dapat dijelaskan oleh Selebgram Endorser, sedangkan sisanya 63,9 % dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Selebgram Endorser, Minat Beli Konsumen

## ABSTRACT

Iin Oktaviani B. Lihawa. Student ID Number 931 417 043. "The Effect of Celebrity Famous for Instagram Endorser on Consumers' Buying Interest at Moyashop Limboto". Undergraduate Thesis, Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics. State University of Gorontalo, the supervisors are Andi Juanna, S.Pd., M.Sc, and Yulinda L. Ismail, S.Pd., M.Si.

This study aims to determine the influence of celebrity famous for Instagram endorser on consumers' buying interest at Moyashop Limboto. This study applies a quantitative method. The population is consumers who have made purchases at Moyashop Limboto, men and women who are willing to be respondents and followers of Nizam. The sample amounted to 67 people. The research instrument is a questionnaire with a Likert scale that has 5 alternative answers. The data analysis uses simple regression analysis.

The result shows that Celebrity Famous for Instagram partially has a significant influence on consumers' buying interest. The value of R Square is 0,361. This value indicates that 36,1% of the variables of consumers' buying interest at Moyashop Limboto can be explained by Celebrity Famous for Instagram Endorser, while the remaining 63,9% can be explained by other variables that are not examined in this study.

Keywords: Celebrity Famous for Instagram Endorser, Consumers' Buying Interest.

