

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *PACKAGING* TERHADAP  
*BRAND AWARENESS* PRODUK CIMORY DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**SEPTIA NURAFIFATUL JANNAH**

**NPM : 19042010066**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN PACKAGING**  
**TERHADAP BRAND AWARENESS PRODUK CIMORY DI KOTA**  
**SURABAYA**

**Disusun Oleh :**

**SEPTIA NURAFIATUL JANNAH**

**NPM. 19042010066**

**Telah disetujui untuk mengikuti Seminar Hasil**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING UTAMA**

  
**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**NIP. 196009241993032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *PACKAGING*  
TERHADAP *BRAND AWARENESS* PRODUK CIMORY DI KOTA  
SURABAYA**

Disusun oleh:

**SEPTIA NURAFIATUL JANNAH**

**NPM. 19042010066**

**Telah Dipertahankan di Hadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur  
Pada Tanggal 05 Mei 2023**

**Menyetujui,**

**Pembimbing**


  
**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**NIP. 196009241993032001**

**Tim Penguji**

**1. Ketua**

  
**Yanda Bara Kusuma S.Ab M.Ab**  
**NIP. 198910302020121007**

**2. Sekretaris**

  
**Budi Prabhowo, S.Sos., M.M**  
**NIP. 196210161988031001**

**3. Anggota**

  
**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**NIP. 196009241993032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Septia Nurafifatul Jannah

NPM : 19042010066

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

***Pengaruh Celebrity Endorser dan Packaging Terhadap Brand Awareness  
Produk Cimory di Kota Surabaya***

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku

Surabaya, 15 Mei 2023

Yang membuat pernyataan



**Septia Nurafifatul Jannah**

**NPM. 19042010066**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Packaging* Terhadap *Brand Awareness* Produk Cimory Di Kota Surabaya”**.

Penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu tugas akhir sebagai syarat kelulusan Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada ibu Dra. Lia Nirawati M.Si selaku Dosen Pembimbing atas segala bimbingan dan saran yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak DR. Catur Suratmoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Acep Samsudin, S.sos., M.A selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Orang tua, kakak, serta keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis agar cepat menyelesaikan studi di UPNVJT.
5. Teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2019 khususnya Meisita, Hofifah dan Nurul yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
6. Sahabat – sahabat penulis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan.
7. Seluruh member NCT khususnya Johnnysuh dan Marklee selaku sumber kebahagiaan penulis dan yang selalu memberikan motivasi kepada penulis.

Selain itu, penulis menyadari didalam penulisan penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis memohon kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap agar upaya ini bisa mencapai maksud yang di inginkan dan semoga tulisan ini bermanfaat bagi semua orang.

Surabaya , 08 Mei 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>9</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>10</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>11</b>
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2.1 Pemasaran</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2.1.1 Konsep Pemasaran</b> .....	<b>14</b>
<b>2.2.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran</b> .....	<b>15</b>
<b>2.2.1.3 Digital Marketing</b> .....	<b>18</b>
<b>2.2.2 Celebrity Endorser</b> .....	<b>19</b>
<b>2.2.2.1 Faktor-faktor Celebrity Endorser</b> .....	<b>20</b>
<b>2.2.2.2 Peran Celebrity Endorser</b> .....	<b>21</b>
<b>2.2.2.3 Indikator Celebrity Endorser</b> .....	<b>22</b>
<b>2.2.3 Packaging</b> .....	<b>23</b>
<b>2.2.3.1 Fungsi dan Faktor Penting Kemasan</b> .....	<b>24</b>
<b>2.2.3.2 Indikator Kemasan</b> .....	<b>27</b>
<b>2.2.4 Pengertian Brand Awareness</b> .....	<b>28</b>
<b>2.2.4.1 Fungsi Brand Awareness</b> .....	<b>29</b>
<b>2.2.4.2 Faktor-Faktor Brand Awareness</b> .....	<b>31</b>
<b>2.2.4.3 Indikator Brand Awareness</b> .....	<b>32</b>

2.2.5 Pengaruh Antar Variabel.....	34
2.2.5.1 Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Awareness ....	34
2.2.5.2 Pengaruh Packaging terhadap Brand Awareness .....	35
2.3 Kerangka Berpikir .....	35
2.4 Hipotesis Penelitian .....	37
<b>BAB III.....</b>	<b>38</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	38
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	39
3.2.1 Definisi Operasional .....	39
3.2.2 Pengukuran Variabel .....	40
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	41
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel.....	41
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4.1 Sumber Data.....	44
3.4.2 Metode Pengumpulan Data .....	44
3.5 Teknik Analisis Data .....	44
3.5.1 Uji Validitas.....	45
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	47
3.5.3.1 Uji Normalitas .....	47
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas.....	48
3.5.3.3 Uji Autokorelasi .....	48
3.5.3.4 Uji Heteroskedastisitas .....	49
3.5.4 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
3.5.5 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	51
3.6 Teknik Uji Hipotesis.....	51
3.6.1 Uji Simultan (uji F).....	51
3.6.2 Uji Parsial (uji t) .....	52
3.7 Jadwal Penelitian.....	53



<b>BAB IV .....</b>	<b>55</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>55</b>
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	55
4.1.2 Visi Misi Perusahaan .....	56
4.1.3 Nilai Perusahaan .....	56
4.1.4 Logo Perusahaan .....	57
<b>4.2 Deskriptif Penelitian .....</b>	<b>58</b>
4.2.1 Karakteristik Responden .....	58
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	61
<b>4.3 Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>71</b>
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	71
4.3.1.1 Uji Validitas .....	71
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	74
4.3.2.1 Uji Normalitas .....	74
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas .....	75
4.3.2.3 Uji Autokorelasi .....	76
4.3.2.4 Uji Heterokedastisitas .....	77
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	78
4.3.4 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	80
4.3.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	81
<b>4.4 Pembahasan .....</b>	<b>83</b>
4.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	83
4.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	84
4.4.2.1 Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Awareness .....	84
4.4.2.2 Pengaruh Packaging terhadap Brand Awareness .....	85
<b>4.5 Hambatan Penelitian .....</b>	<b>86</b>
<b>4.6 Matriks Hasil Penelitian .....</b>	<b>86</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>90</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>90</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>90</b>

<b>5.2 Saran.....</b>	<b>91</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>94</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	39
Tabel 3. 2 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian .....	54
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia .....	59
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Asal Kampus.....	60
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	61
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel <i>Packaging</i> .....	65
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel <i>Packaging</i> .....	68
Tabel 4. 7 Uji Validitas .....	72
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas .....	73
Tabel 4. 9 Uji Normalitas .....	74
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4. 11 Uji Autokorelasi.....	76
Tabel 4. 12 Uji Heteroskedastisitas .....	77
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linier Berganda .....	78
Tabel 4. 14 Uji R Square.....	79
Tabel 4. 15 Uji F .....	80
Tabel 4. 16 Uji t .....	81
Tabel 4. 17 Matriks Hasil Penelitian .....	86

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet dan Sosial Media .....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 1. 2 Data Penjualan Cimory Yogurt Squeeze di Tokopedia .....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 1. 3 Top Brand Cimory .....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 1. 4 Pra survei mahasiswa mahasiswa mengenai Cimory.....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 4. 1 Logo Cimory.....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 4. 2 Kurva Uji F .....</b>	<b>81</b>
<b>Gambar 4. 3 Kurva Uji t <i>Celebrity Endorser</i> .....</b>	<b>82</b>
<b>Gambar 4. 4 Kurva Uji t <i>Packaging</i> .....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	94
LAMPIRAN 2.....	99
LAMPIRAN 3.....	101
LAMPIRAN 4.....	103
LAMPIRAN 5.....	104
LAMPIRAN 6.....	106

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *PACKAGING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* PRODUK CIMORY DI KOTA SURABAYA**

**SEPTIA NURAFIFATUL JANNAH**

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

[19042010066@student.upnjatim.ac.id](mailto:19042010066@student.upnjatim.ac.id)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh celebrity endorser dan kemasan pada brand awareness produk Cimory di kota Surabaya. Ini penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan statistik deskriptif untuk mendapatkan penelitian kesimpulan. Variabel yang digunakan sebagai variabel dependen adalah brand awareness, sedangkan selebriti endorser dan kemasan merupakan variabel independen. Peneliti menggunakan sampel penelitian sebanyak 100 responden dengan kriteria adalah mahasiswa yang berlokasi di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa celebrity endorser dan packaging secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kesadaran merek. Sedangkan secara parsial, celebrity endorser dan packaging memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap brand awareness produk Cimory di kota tersebut Surabaya.

**Kata Kunci :** *Celebrity Endorser, Packaging, Brand Awareness*

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF *CELEBRITY ENDORSER* DAN *PACKAGING* ON *BRAND AWARENESS* CIMORY PRODUCTS IN SURABAYA CITY**

**SEPTIA NURAFIFATUL JANNAH**

Departement of Business Administration, Faculty of Social and Political Science  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

[19042010066@student.upnjatim.ac.id](mailto:19042010066@student.upnjatim.ac.id)

This study aims to determine how the influence of celebrity endorsers and packaging on brand awareness of Cimory products in the city of Surabaya. This research uses quantitative methods with descriptive statistics to get research conclusions. The variable used as the dependent variable is brand awareness, while celebrity endorsers and packaging are independent variables. Researchers used a research sample of 100 respondents with the criteria of being students who are located in Surabaya. The results of the study show that celebrity endorsers and packaging simultaneously have a significant effect on brand awareness. While partially, celebrity endorsers and packaging have a significant and positive effect on brand awareness of Cimory products in the city of Surabaya.

***Keywords: Celebrity Endorser, Packaging, Brand Awareness***