PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT, BRAND IMAGE*, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SEPATU AEROSTREET

(Survei pada Gen Z di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun Oleh:

MUHAMMAD FAIZ AL - GHIFFARI

20220510559

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2026

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *BRAND IMAGE*, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SEPATU AEROSTREET

(Survei pada Gen Z di Kabupaten Kuningan)

Oleh :

MUHAMMAD FAIZ AL - GHIFFARI

20220510559

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 18 Juni 2026 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dosen Penguji

Penguji I	Penguji II	Penguji III
Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy	**Wachjuni, S.E., M.M**	**Faishal Rahimi, S.E., M.M**
NIK. 41038091296	**NIK. 410106710221**	**NIK. 410110920236**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *BRAND IMAGE*, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SEPATU AEROSTREET

(Survei pada Gen Z di Kabupaten Kuningan)

Oleh :

MUHAMMAD FAIZ AL - GHIFFARI
20220510559

DISETUJUI OLEH :

Kuningan, Juli 2026

Pembimbing I	Pembimbing II
Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S. E., M. Si	**Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy**
NIK. 41038971055	**NIK. 41038091296**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Kepala Program Studi Manajemen
Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si	**Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M**
NIK. 41038971054	**NIK. 410104930220**

PERNYATAAN OTENTISITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Brand Image*, dan Desain Produk terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu Aerostreet (Survei pada Gen Z di Kabupaten Kuningan)"** merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan hasil plagiasi dari karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya.

Seluruh sumber yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini telah dicantumkan sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiasi atau terdapat pihak lain yang merasa dirugikan, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun.

Kuningan, Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Muhammad Faiz Al - Ghiffari

20220510559

Dipindai dengan CamScanner

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"*If you're always worried about crushing the ants beneath you..., you won't be able to walk*."

- Guts

"*What people fear most is not death, but the fact that their lives might mean nothing*."

- Johan Liebert

"*How many roads must a man walk down? Before you call him a man?*
How many seas must a white dove sail? Before she sleeps in the sand?
The answer, my friend, is blowin' in the wind."

- Bob Dylan (*Blowin' in the Wind*)

PERSEMBAHAN:

"*Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, pengorbanan, serta dukungan tanpa henti dalam setiap langkah kehidupan saya. Terima kasih karena selalu menjadi alasan terbesar saya untuk terus berjuang dan bertahan hingga mampu menyelesaikan karya ini. Saya juga mempersembahkan skripsi ini kepada kakak tercinta yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, dan dukungan di setiap proses yang saya lalui. Semoga pencapaian sederhana ini dapat menjadi bentuk rasa terima kasih, kebanggaan, dan kebahagiaan untuk keluarga tercinta*."

ABSTRAK

Muhammad Faiz Al - Ghiffari. 2026. Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Brand Image*, dan Desain Produk terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu Aerostreet (Survei pada Gen Z di Kabupaten Kuningan). Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. Pembimbing I: Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. Pembimbing II: Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Brand Image*, dan Desain Produk terhadap Minat Beli konsumen Sepatu Aerostreet pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan, baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden Generasi Z di Kabupaten Kuningan dengan bantuan Google Form. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorsement*, *Brand Image*, dan Desain Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen Sepatu Aerostreet. Secara parsial, *Celebrity Endorsement*, *Brand Image*, dan Desain Produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen Sepatu Aerostreet pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, khususnya dalam pemanfaatan celebrity endorsement, penguatan citra merek, dan pengembangan desain produk yang sesuai dengan preferensi konsumen.

Kata Kunci: *Celebrity Endorsement*, *Brand Image*, Desain Produk, Minat Beli, Aerostreet.

ABSTRACT

Muhammad Faiz Al - Ghiffari. 2026. ***The Influence of Celebrity Endorsement*****,** ***Brand Image*****,** ***and Product Design on Consumers' Purchase Intention of*** **Aerostreet** ***Shoes*** **(*Survey on Generation Z in Kuningan Regency*). *Undergraduate Thesis*. *Management Study Program*, *Faculty of Economics and Business*, Kuningan University. *Supervisor* I: Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. Supervisor II: Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy.**

This study aimed to determine the influence of Celebrity Endorsement, Brand Image, and Product Design on Generation Z consumers' Purchase Intentions for Aerostreet Shoes in Kuningan Regency, both simultaneously and partially. This study employed a descriptive and confirmatory method with a quantitative approach. Data were collected by distributing questionnaires to Generation Z respondents in Kuningan Regency using Google Forms. The data analysis techniques used included descriptive analysis, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, the coefficient of determination (R^2), the F-test, and the t-test. The results of the study indicated that Celebrity Endorsement, Brand Image, and Product Design simultaneously had a positive and significant effect on the purchase intention of Aerostreet shoe consumers. Partially, Celebrity Endorsement, Brand Image, and Product Design also had a positive and significant effect on Generation Z consumers' Purchase Interest in Aerostreet Shoes in Kuningan Regency. This study was expected to serve as a basis for companies in formulating more effective marketing strategies, particularly regarding the utilization of celebrity endorsements, strengthening brand image, and developing product designs that aligned with consumer preferences.

Keywords: ***Celebrity Endorsement*****,** ***Brand Image*****,** ***Product Design*****,** ***Purchase Intention*****, Aerostreet**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Brand Image*, dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu Aerostreet (Survei pada Gen Z di Kabupaten Kuningan)"**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana, sekaligus menjadi bentuk penerapan ilmu yang telah penulis peroleh selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi.

Proses penyusunan skripsi ini tentu tidak berjalan tanpa hambatan. Namun, berkat bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, setiap tahap dapat dilalui dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan dunia usaha, khususnya dalam bidang pemasaran.

Kuningan, 26 Januari 2026

Muhammad Faiz Al - Ghiffari
20220510559

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan syukur alhamdulillah kepada Allah SWT, atas kemurahan dari Yang Maha Kaya atas segala ilmu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada teladan umat manusia, pembawa risalah menuju cahaya islam, Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabatnya, para keluarganya, dan para pengikutnya yang senantiasa istiqamah dalam sunnahnya hingga akhir jaman.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa begitu banyak pihak yang telah turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati tulus dan ikhlas penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy., selaku Pembimbing II dan Pembimbing Akademik yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta kesabarannya untuk memberikan bimbingan, memberikan saran, dan masukan yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
3. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Entih Nurmanah dan Bapak Dodi yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta motivasi yang tiada henti selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada kakak tercinta, Tiara Jihad Zulfikar, yang selalu memberikan semangat, perhatian, dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Segala bantuan, pengorbanan, dan doa yang diberikan menjadi sumber kekuatan dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Dr. Anna Fitri Hindriana, M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.

5. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan pengetahuan dan ilmu selama diperkuliahan dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Kuningan yang telah banyak membantu perihal administrasi selama perkuliahan.
8. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2022 terutama kelas Management 1 (A). Saya sangat berterima kasih atas kerja sama dan dukungan kalian selama saya mengerjakan skripsi ini. Mulai dari mengisi kuesioner, menjawab pertanyaan dari saya, hingga sekadar memberi semangat saat bertemu di kampus, semua itu sangat berarti bagi saya. Kalian adalah bagian penting dari keberhasilan skripsi ini. Semoga kalian semua juga sukses dalam studi dan cita-citanya.
9. Kepada Muhammad Yoga Pratama dan Bayu Mahardika selaku teman seperjuangan penulis. Kalian bukan hanya seorang teman, namun kalian adalah keluarga yang selalu menjadi tempat canda tawa, suka maupun duka. Kebersamaan kita telah menjadi kenangan berharga yang selalu penulis simpan. Semoga kita tetap selalu bersama dan akan begitupun seterusnya.
10. Kepada sahabat seperjuangan selama masa perkuliahan, Bayu Permana Putra, Ugi Rahmansyach, Muhamad Ihsan Mauludi, Zidny Anugrah, dan Eki Mughni Firmansyah. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan yang penuh cerita, mulai dari menjadi teman berdiskusi, teman mengerjakan tugas hingga larut malam, teman berbagi keluh kesah, sampai teman yang selalu berhasil mencairkan suasana dengan candaan di tengah padatnya perkuliahan. Terima kasih telah membuktikan bahwa masa kuliah bukan hanya tentang mengejar nilai, tetapi juga tentang membangun persahabatan yang penuh arti. Semoga langkah kita setelah ini sama-sama dipenuhi keberhasilan, impian yang tercapai, dan tentunya semoga masih ada waktu untuk kembali berkumpul, mengenang semua cerita yang dulu

terasa biasa, tetapi kini menjadi kenangan yang paling berharga. Sampai bertemu di versi terbaik kita masing-masing.

11. Rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Serta semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu.
12. Terima kasih untuk diriku sendiri yang telah berjuang sejauh ini. Terima kasih telah memilih untuk terus maju, meski tidak selalu mudah. Dalam setiap tantangan, kamu tetap bertahan. Dalam setiap keraguan, kamu memilih percaya. Kamu layak untuk bangga, karena semua pencapaian ini adalah bukti bahwa kerja keras dan keyakinan tidak pernah sia-sia. Teruslah melangkah, karena perjalananmu masih panjang dan penuh potensi. *At the end i just wanna say* "*Bye Bye…..*".

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

ABSTRAK ..... **i**

ABSTRACT ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

UCAPAN TERIMA KASIH ..... **iv**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABEL ..... **x**

DAFTAR GAMBAR ..... **xi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Tujuan Penelitian 10

1.4 Manfaat Penelitian 11

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS **13**

2.1 Landasan Teori 13

2.1.1 Manajemen Pemasaran 13

2.1.2 Minat Beli 13

2.1.3 *Celebrity Endorsement* 18

2.1.4 *Brand Image* 24

2.1.5 Desain Produk 28

2.1.6 Penelitian Terdahulu 33

2.1.7 Hubungan Antar Variabel 36

2.2 Kerangka Berpikir 39

2.3 Hipotesis Penelitian 41

BAB III METODE PENELITIAN **42**

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan 42

3.2 Operasionalisasi Variabel 43

3.3 Populasi dan Sampel 45
3.3.1 Populasi 45
3.3.2 Sampel 45
3.4 Jenis Data dan Sumber Data 46
3.4.1 Jenis Data 46
3.4.2 Sumber Data 46
3.5 Teknik Pengumpulan Data 46
3.6 Uji Instrumen Penelitian 47
3.6.1 Uji Validitas 47
3.6.2 Uji Reliabilitas 51
3.7 Teknik Analisis Data 52
3.7.1 Analisis Deskriptif 53
3.7.2 Uji Asumsi Klasik 53
3.7.2.1 Uji Normalitas 53
3.7.2.2 Uji Multikolinieritas 53
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas 54
3.7.3 Analisis Regresi Berganda 54
3.7.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2) 55
3.7.5 Pengujian Hipotesis 55
3.7.5.1 Uji F (Uji Simultan) 56
3.7.5.2 Uji t (Uji Parsial) 56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 58
4.1 Hasil Penelitian 58
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 58
4.1.1.1 Profil Singkat Aerostreet 58
4.1.1.2 Sejarah Singkat Aerostreet 58
4.1.2 Karakteristik Responden 60
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 60
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 60
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 61
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan 62
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 62

4.1.3 Teknik Analisis Data 63
4.1.3.1 Analisis Deskriptif 63
a. Analisis Deskriptif *Celebrity Endorsement* (X1) 63
b. Analisis Deskriptif *Brand Image* (X2) 65
c. Analisis Deskriptif Desain Produk (X3) 68
d. Analisis Deskriptif Minat Beli (Y) 70
4.1.3.2 Uji Asumsi Klasik 72
a. Uji Normalitas 72
b. Uji Multikolinieritas 73
c. Uji Heteroskedastisitas 74
4.1.4 Analisis Regresi Berganda 76
4.1.5 Koefisien Determinasi R^2 78
4.1.6 Pengajuan Hipotesis 79
4.1.6.1 Uji F (Uji Simultan) 79
4.1.6.2 Uji t (Uji Parsial) 80
4.2 Pembahasan 81
4.2.1 Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Brand Image* dan Desain Produk terhadap Minat Beli 81
4.2.2 Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli 82
4.2.3 Pengaruh *Brand Image* terhadap Minat Beli 82
4.2.4 Pengaruh Desain Produk terhadap Minat Beli 83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 85
5.1 Kesimpulan 85
5.2 Saran 85
DAFTAR PUSTAKA 88
LAMPIRAN-LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra-Survei 6
Tabel 2.1 Penelitian Tedahulu 33
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel 44
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorsement (X1)..... 48
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X2) 49
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Desain Produk (X3) 50
Tabel 3.5 Hasil Validitas Variabel Minat Beli (Y)..... 51
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas 52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan 62
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 62
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Celebrity Endorsement (X1)..... 63
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Brand Image (X2) 65
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Desain Produk (X3) 68
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y) 70
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas..... 73
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas..... 74
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas 75
Tabel 4.13 Hasil Uji Persamaan Regresi Berganda..... 77
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi R^2 79
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Uji Simultan)..... 79
Tabel 4.16 Hasil Uji t (Uji Parsial)..... 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Frekuensi Responden Indonesia Membeli Sneakers dalam Setahun Terakhir 2
Gambar 1.2 Sepatu Kolaborasi Aerostreet x Denny Caknan 4
Gambar 1.3 Sepatu Kolaborasi Aerostreet x Khong Guan 5
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian..... 41
Gambar 3.1 Skala Interval..... 47
Gambar 4.1 Logo Aerostreet..... 58
Gambar 4.2 Daerah Kriterium Celebrity Endorsement (X1)..... 65
Gambar 4.3 Daerah Kriterium Brand Image (X2) 67
Gambar 4.4 Daerah Kriterium Desain Produk (X3) 69
Gambar 4.5 Daerah Kriterium Minat Beli (Y)..... 71
Gambar 4.6 Scatter Plot 76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skirpsi
Transkrip Aktivitas Kemahasiswaan (TAK)
Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran II : Surat Pengantar Kuesioner
Kuesioner
Lampiran III : Data Hasil Perhitungan Kuesioner
Data Primer Hasil Perhitungan Kuesioner
Lampiran IV : Output Hasil Perhitungan SPSS Versi 27.0
Lampiran V : Tabel F
Tabel t
Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup