

**SKRIPSI**

**PERAN SELF CONGRUITY DAN INTERAKTIVITAS VIRTUAL  
SELEBRITI ENDORSER SERTA EKUITAS MEREK PADA MINAT  
PEMBELIAN HADI KITCHEN DI JAKARTA**



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2020**

Di ajukan oleh :

Nama : Andrian

Nim : 115160021

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**JAKARTA**

**HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : Andrian  
NIM : 115160021  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : Pemasaran  
JUDUL SKRIPSI : Peran Self Congruity dan Interaktivitas Virtual Selebriti  
Endorser Serta Ekuitas Merek Pada Minat Pembelian  
Hadi Kitchen di Jakarta

Jakarta, 6 Januari 2021

Pembimbing,



( Hetty Kurnia Tunjungsari, S.E., M.Si, Dr )

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**JAKARTA**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : Andrian  
NIM : 115160021  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : Peran Self Congruity dan Interaktivitas Virtual  
Selebriti Endorser Serta Ekuitas Merek Pada  
Minat Pembelian Hadi Kitchen di Jakarta

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 25 Januari 2021 dan dinyatakan lulus,  
dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Miharni Tjokrosaputro S.E., M.M., DR
2. Anggota Penguji : Nuryasman, MN S.E., M.M., Dr.

Jakarta, 25 Januari 2021

Pembimbing,



( Hetty Kurnia Tunjungsari, S.E., M.Si, Dr )

## **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Self Congruity* dan Interaktivitas Virtual terhadap Minat Pembelian melalui mediasi Ekuitas Merek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling, *convenience sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuisisioner yang disebarkan pada 200 responden. Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan Smart PLS 3.0 dengan jumlah dua hipotesis. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Self Congruity* dan Interaktivitas Virtual memiliki pengaruh positif terhadap Minat Pembelian yang dimediasi oleh Ekuitas Merek

**Kata Kunci :** *Self Congruity*, Interaktivitas Virtual, Minat Pembelian, Ekuitas Merek, Catering Diet, Selebriti endorser, Selebriti online.

## **Abstract**

*This research was conducted to determine the effect of Self Congruity and Virtual Interactivity on Purchase Interest through mediation of Brand Equity. The method used in this study is non probability sampling, convenience sampling. Data were collected using a questionnaire distributed to 200 respondents. In analyzing the data, this study used Smart PLS 3.0 with two hypotheses. This study shows that Self Congruity and Virtual Interactivity have a positive influence on Purchase Interest mediated by Brand Equity.*

**Keywords:** *Self Congruity, Virtual Interactivity, Purchase Interest, Brand Equity, Catering Diet, Celebrity endorser, Celebrity online.*