

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *PROMOSI ONLINE*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PENGUNA PRODUK SCARLETT PADA TOKOPEDIA**

(Studi pada Mahasiswa UMP)



SKRIPSI

Oleh :

AUFFAR MAULIDIO MUHAMMAD

1902010385

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2023**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *PROMOSI ONLINE*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PENGGUNA PRODUK SCARLETT PADA TOKOPEDIA**

(Studi pada Mahasiswa UMP)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen S1

Oleh :

Auffar Maulidio Muhammad

1902010385

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, PROMOSI *ONLINE*, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PENGGUNA PRODUK SCARLETT PADA TOKOPEDIA**

(Studi pada Mahasiswa UMP)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen S1

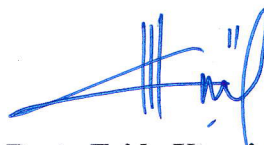
Oleh :

Auffar Maulidio Muhammad

1902010385

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing



Restu Frida Utami, S.E., M.Si.
NIK. 2160496

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Auffar Maulidio Muhammad

NIM : 1902010385

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 3 April 2023

Yang membuat pernyataan,



Auffar Maulidio Muhammad
1902010385

HALAMAN PENGESAHAN


Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Auffar Maulidio Muhammad
NIM : 1902010385
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Promosi *Online*, dan *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Produk Scarlett Pada Tokopedia (Studi pada Mahasiswa UMP)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Restu Frida Utami, S.E., M.Si. ()

Anggota 1 : M. Agung Miftahuddin, SE., M.Si ()

Anggota 2 : Ika Yustina Rahmawati, S.E., M.Sc. ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 3 April 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto


Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, SE, M.Si
NIK/NIP 2160187

MOTTO

“Fortis Fortuna Adiuvat”

“Sic Parvis Magna”

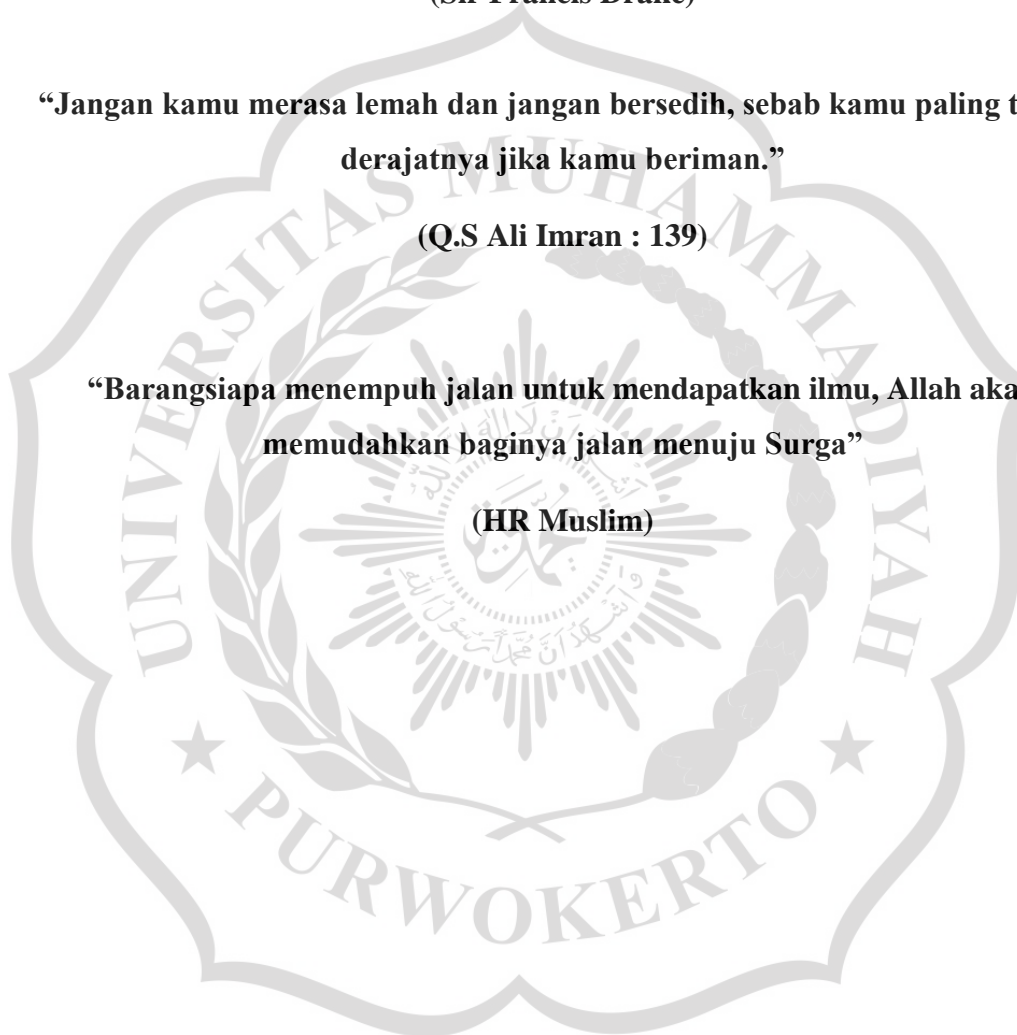
(Sir Francis Drake)

“Jangan kamu merasa lemah dan jangan bersedih, sebab kamu paling tinggi derajatnya jika kamu beriman.”

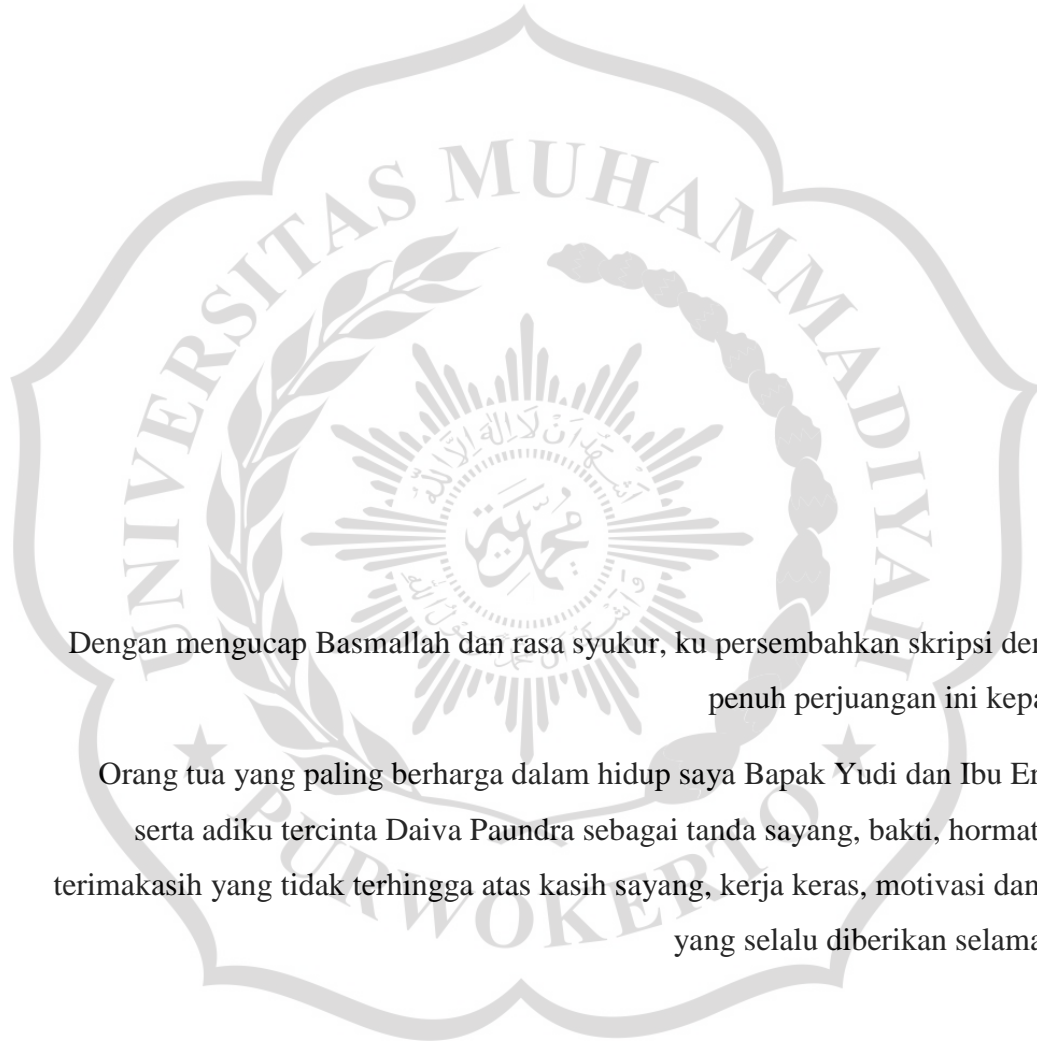
(Q.S Ali Imran : 139)

“Barangsiapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju Surga”

(HR Muslim)



PERSEMBAHAN



Dengan mengucapkan Basmallah dan rasa syukur, ku persembahkan skripsi dengan penuh perjuangan ini kepada :

Orang tua yang paling berharga dalam hidup saya Bapak Yudi dan Ibu Erieke serta adiku tercinta Daiva Paundra sebagai tanda sayang, bakti, hormat dan terimakasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi dan doa yang selalu diberikan selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada masa penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada saya sehingga saya mampu untuk terus berusaha dan bekerja keras demi mencapai hasil yang terbaik.
2. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Dr. Naelati Tubastuvi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi.
4. Drs. Suyoto, S.E., M.Si Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
5. Restu Frida Utami, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing saya yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. M. Agung Miftahuddin, SE.,M.Si selaku dosen penguji I saya yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
7. Ika Yustina Rahmawati, S.E., M.Sc selaku dosen penguji II saya yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.

8. Dra. Tri Septin Muji R, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik Manajemen 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah yang telah membimbing dan mengarahkan mengenai perkuliahan saya dari awal hingga akhir belajar di Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
9. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
10. Yudi dan Erieke selaku orang tua saya telah memberikan bantuan dukungan, motivasi, doa dan materi kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Adik saya, Daiva Paundra yang selalu memberikan dukungan, dan doa kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan bantuan serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan mensupport saya selama ini, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Purwokerto, 3 April 2023

Penulis,



Auffar Maulidio Muhammad

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Auffar Maulidio Muhammad
NIM : 1902010385
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalt-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh Celebrity Endorsement, Promosi Online, dan E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Produk Scarlett Pada Tokopedia (Studi pada Mahasiswa UMP)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Universitas Muhamamdiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 3 April 2023
Yang menyatakan,



Auffar Maulidio Muhammad

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, PROMOSI
ONLINE, DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA PRODUK
SCARLETT PADA TOKOPEDIA**

(Studi Pada Mahasiswa UMP)

Auffar Maulidio Muhammad¹, Restu Frida Utami, SE., M.Si²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

auffarmaulidio@gmail.com¹
restufridautami06@yahoo.co.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorsement*, promosi *online*, dan *e-service quality* pada pengguna produk scarlett yang membeli melalui tokopedia. Pemilihan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Sampel penelitian ini sebesar 110 responden. Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan variabel *celebrity endorsement*, promosi *online*, dan *e-service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk uji parsial, variabel *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan tidak signifikan, sedangkan promosi *online* dan *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Celebrity endorsement*, promosi *online*, *e-service quality*, keputusan pembelian

THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSEMENT, ONLINE PROMOTION, AND E-SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISIONS OF SCARLETT PRODUCT USERS AT TOKOPEDIA

(Study on UMP Students)

Auffar Maulidio Muhammad¹, Restu Frida Utami, SE., M.Si²

*Faculty of Economics and Business
University of Muhammadiyah Purwokerto*

[auffarmaulidio@gmail.com¹](mailto:auffarmaulidio@gmail.com)

[restufridautami06@yahoo.co.id²](mailto:restufridautami06@yahoo.co.id)

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of celebrity endorsements, online promotions, and e-service quality on scarlett product users who buy through Tokopedia. Selection of this research sample using purposive sampling. The sample of this research is 110 respondents. The research method in this study is multiple linear regression. The results of the analysis show that celebrity endorsement, online promotion, and e-service quality variables simultaneously influence purchasing decisions. For the partial test, the celebrity endorsement variable has a positive and insignificant effect, while online promotions and e-service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Celebrity endorsement, online promotion, e-service quality, purchase decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.	iii
HALAMAN PENGESAHAN.	iv
MOTTO.	v
PERSEMBAHAN.	vi
KATA PENGANTAR.	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.	ix
ABSTRAK.	x
ABSTRACT.	xi
DAFTAR ISI.	xii
DAFTAR TABEL.	xiv
DAFTAR GAMBAR.	xv
DAFTAR LAMPIRAN.	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Perilaku Konsumen	11
B. Celebrity Endorsement	13
C. Promosi Online.....	15
D. E-Service Quality	16
E. Keputusan Pembelian	18
F. Penelitian Terdahulu	21

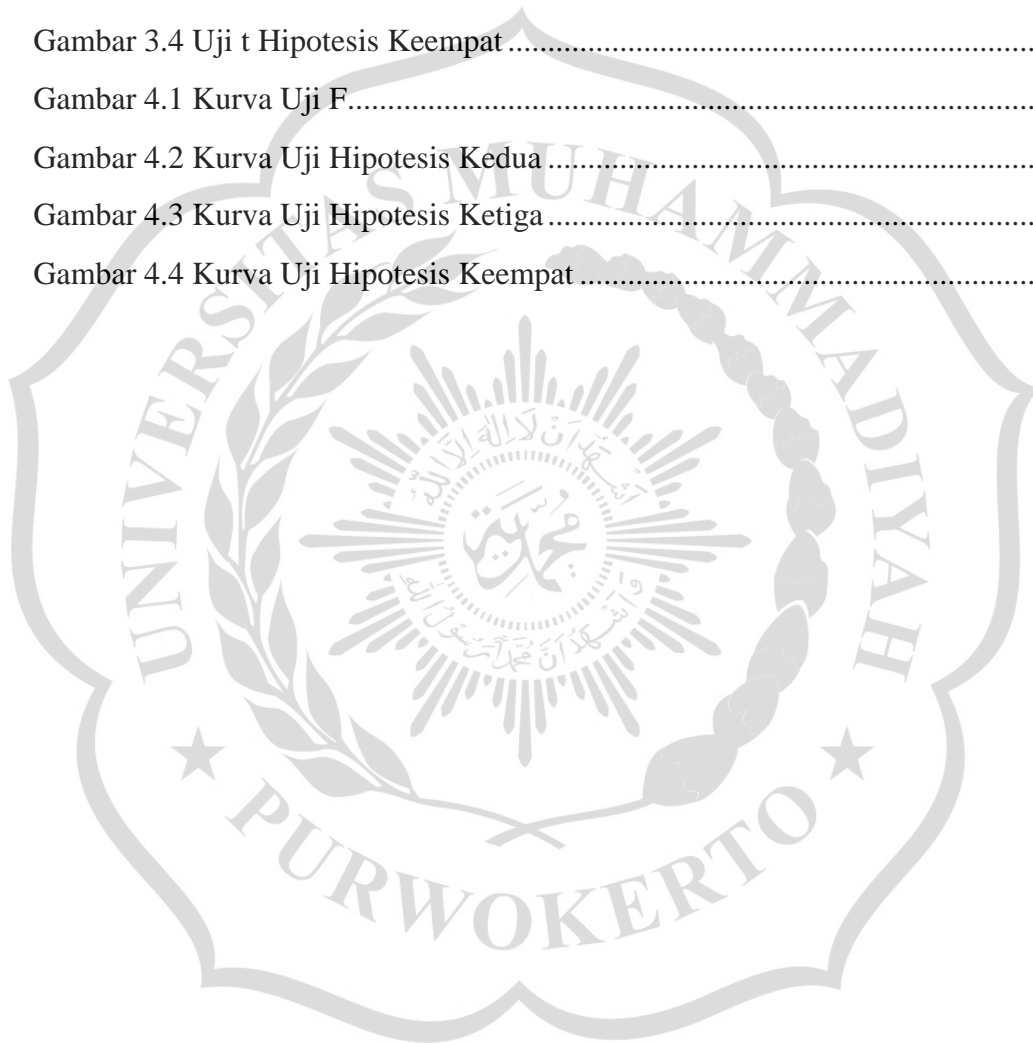
G. Kerangka Pemikiran.....	25
H. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Populasi dan Sampel	30
C. Metode Pengumpulan Data	31
D. Variabel Penelitian	32
E. Definisi Operasional.....	33
F. Metode Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Hasil Penelitian.....	49
B. Pembahasan.....	81
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Pembatasan.....	85
C. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Perawatan Wajah di Ecommerce Mei 2021.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Skala Instrumen.....	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional	33
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	51
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.3 Usia Responden.....	53
Tabel 4.4 Uang Saku Responden	54
Tabel 4.5 Fakultas Responden	54
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Celebrity Endorsement</i>	58
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Promosi <i>Online</i>	60
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>E-Service Quality</i>	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorsement</i> (X1).....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Promosi <i>Online</i> (X2).....	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas <i>E-Service Quality</i> (X3)	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Heterokedastisitas	71
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	75
Tabel 4.20 Hasil Uji F (Simultan).....	76
Tabel 4.21 Rekapitulasi Hasil Penelitian	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3.1 Uji F Hipotesis Pertama	45
Gambar 3.2 Uji t Hipotesis Kedua	46
Gambar 3.3 Uji t Hipotesis Ketiga.....	47
Gambar 3.4 Uji t Hipotesis Keempat	48
Gambar 4.1 Kurva Uji F.....	76
Gambar 4.2 Kurva Uji Hipotesis Kedua	78
Gambar 4.3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga.....	79
Gambar 4.4 Kurva Uji Hipotesis Keempat	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2 Deskripsi Responden	101
Lampiran 3 Gambaran Umum Responden.....	105
Lampiran 4 Tabulasi Kuesioner	107
Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif	118
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	120
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	125
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	126
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	127
Lampiran 10 Uji Parsial (Uji T).....	128
Lampiran 11 r tabel.....	129
Lampiran 12 F tabel	130
Lampiran 13 t tabel	131

