

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*,
BRAND TRUST DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT*
*WHITENING***

(Studi Pada Pengguna *Scarlett Whitening* di Purwokerto)



SKRIPSI

DIAN FITRIA INDRIYANI

2002010180

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*,
BRAND TRUST DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT*
*WHITENING***

(Studi Pada Pengguna *Scarlett Whitening* di Purwokerto)



SKRIPSI

DIAN FITRIA INDRIYANI

2002010180

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*,
BRAND TRUST DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT
WHITENING***

(Studi Pada Pengguna *Scarlett Whitening* di Purwokerto)



SKRIPSI

DIAN FITRIA INDRIYANI

2002010180

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing



Dr. Erny Rachmawati. S.E., M.M.
NIK. 21601222

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Dian Fitria Indriyani
NIM : 2002010180
Program Studi : Manajemen SI
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul Laporan : Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* (Studi Pada Pengguna *Scarlett Whitening* di Purwokerto)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M. ()

Anggota I : Dr. Erna Handayani, S.E., Ak., M.M. ()

Anggota II : Alfalisyanto, S.E., Sy., M.E., AWP. ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 25 Januari 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. ~~Erny Rachmawati~~ Tubastuvi, S.E., M.Si.
NIM. 2160187

HALAMAN PERSYARATAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Fitria Indriyani
NIM : 2002010180
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

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

Purwokerto, 25 Januari 2024

Yang membuat pernyataan

Dian Fitria Indriyani

MOTTO

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu seperti yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Chandra)

“Jalanin, rasain, dan nikmati dulu segala prosesnya, kelak kamu akan bangga dengan dirimu karena kamu mampu melewatinya!!!”

PERSEMBAHAN



Mengucap Syukur Alhamdulillah

Saya Persembahkan Karya ini Kepada:

Kedua orang tua saya Sumijo Risdianto HW dan Alm. Suryani Sudarmi tercinta

Sebagai tanda sayang, bakti, hormat dan terima kasih yang tidak terhingga yang telah mensupport, mendidik dan membesarkan saya.

Kedua kakak dan partner saya sebagai tanda dukungan dan supportnya selama ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan segala Rahmat, karunia, dan petunjuk Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai 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 penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

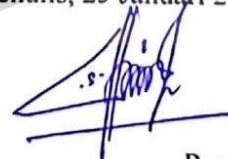
1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs, Suyoto, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 dan selaku Pembimbing Akademik saya yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran serta sabar untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

5. Dr. Erna Handayani, S.E., Ak., M.M, selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana manajemen.
6. Alfalisyado, S.E., Sy., M.E., AWP, selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana manajemen.
7. Bapak/ibu dosen, seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
8. Kedua orang tua saya, bapak Sumijo Risdianto HW dan ibu Alm. Suryani Sudarmi saya mengucapkan terima kasih telah mendidik dan membesarkan saya dengan segala bentuk bantuan, perjuangan, kerja keras, doa dan kasih sayang luar biasa yang telah diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan.
9. Diki Frengky Riyandoko dan Erwin Hermansyah, kakak kandung saya yang telah ikut serta dalam proses saya menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas doa dan dukungannya.
10. Hisbul Mazaqi, saya mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, waktu, dan tenaga yang telah diberikan serta kesabarannya dalam menghadapiku. Terima kasih sudah menjadi support system terbaik dan menjadi tempat untuk berkeluh kesah.

11. Teman-teman Dewan Perwakilan Mahasiswa (DPM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto terima kasih sudah memberikan pengalaman dan pembelajaran yang luar biasa selama 1 periode.
12. Terimakasih kepada teman-teman terdekat saya Cintya, Olivia, Aleyda, dan Nabil yang telah memberikan semangat, motivasi, dan mensupport selama masa perkuliahan.
13. Para responden yang telah membantu saya dalam mengisi kuesioner penelitian skripsi ini.
14. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Dian Fitria Indriyani atas segala kerja keras dan semangatnya walaupun terkadang banyak mengeluh, tapi tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini sesuai dengan target. Terima kasih kepada diri sendiri yang sudah kuat menghadapi dan melewati lika liku kehidupan hingga sekarang.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin

Penulis, 25 Januari 2024



Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dian Fitria Indriyani
NIM : 2002010180
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

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

“Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* (Studi Pada Pengguna *Scarlett Whitening* di Purwokerto)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah 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 : 25 Januari 2024

Menyatakan,


Dian Fitria Indriyani

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*
DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT WHITENING***

(Studi Pada Pengguna *Scarlett Whitening* di Purwokerto)

Dian Fitria Indriyani¹, Erny Rachmawati²
Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

¹fitriadian557@gmail.com, ²erny-rachmawati@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial variabel independen *celebrity endorser*, *brand image*, *brand trust* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini merupakan Masyarakat, berdomisili di Purwokerto yang melakukan keputusan pembelian produk. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria diperoleh 126 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial *celebrity endorser*, *brand trust* dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *scarlett whitening*, sedangkan *brand image* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk *scarlett whitening*.

Kata kunci: *Brand Image*, *Brand Trust*, *Celebrity Endorser*, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETU	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSYARATAN ORISINALITAS	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
1. Perilaku Konsumen	13
2. Keputusan Pembelian	16
3. <i>Celebrity Endorser</i>	17
4. <i>Brand Image</i>	20
5. <i>Brand Trust</i>	22
6. <i>Electronic Word of Mouth</i>	24
B. Hasil Penelitian	24
C. Kerangka Pemikiran	33
D. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38

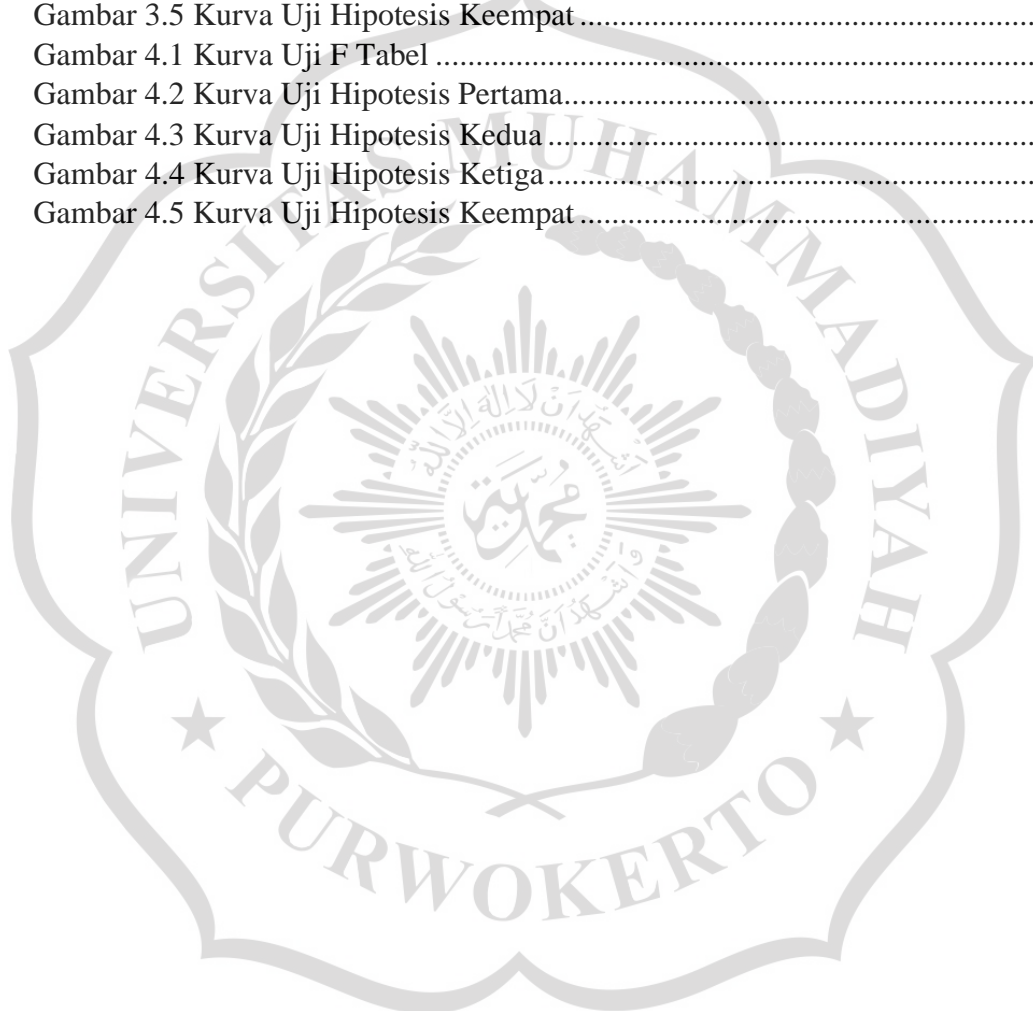
B. Populasi dan Sampel	38
C. Jenis Data	40
D. Metode Pengumpulan Data	41
E. Variabel Penelitian	42
F. Definisi Operasional.....	42
G. Metode Analisis Data	47
1. Statistik Deskriptif.....	48
2. Uji Kualitas Data	48
3. Uji Asumsi Klasik	49
4. Uji Kecocokan Model.....	52
5. Analisis Regresi Linear Berganda	54
6. Uji Parsial	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Hasil Penelitian	60
1. Gambaran Umum Perusahaan	60
2. <i>Response Rate</i>	61
3. Gambaran Umum Responden.....	62
4. Analisis Statistik Deskriptif.....	64
6. Uji Kualitas Data	74
7. Uji Asumsi Klasik	79
8. Uji Kecocokan Model.....	84
9. Uji Regresi Linear Berganda	86
10. Uji Parsial	88
B. Pembahasan.....	93
BAB V PENUTUP	100
A. Kesimpulan	100
B. Keterbatasan Penelitian.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN	107

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 <i>Brand Skincare</i> Lokal Terlaris di E-commerce	2
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 4. 1 Response Rate.....	61
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Pernah Membeli Produk Scarlett Whitening	62
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili di Puwokerto.....	62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Celebrity Endorser</i>	67
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	69
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Trust</i>	70
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth</i>	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X1).....	75
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	75
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand trust</i> (X3).....	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X4)	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	77
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 4. 19 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glegser.....	82
Tabel 4. 20 Hasi Uji Heteroskedastisitas Metode White	83
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	84
Tabel 4. 22 Hasil Uji F (<i>Goodnes of Fit</i>)	85
Tabel 4. 23 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	87
Tabel 4. 24 Kesimpulan Hasil Uji Parsial.....	92

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	53
Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis Pertama.....	56
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis Kedua.....	57
Gambar 3.4 Kurva Uji Hipotesis Ketiga.....	58
Gambar 3.5 Kurva Uji Hipotesis Keempat.....	59
Gambar 4.1 Kurva Uji F Tabel.....	86
Gambar 4.2 Kurva Uji Hipotesis Pertama.....	89
Gambar 4.3 Kurva Uji Hipotesis Kedua.....	90
Gambar 4.4 Kurva Uji Hipotesis Ketiga.....	91
Gambar 4.5 Kurva Uji Hipotesis Keempat.....	92



Daftar Lampiran

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 2 : Data Responden.....	116
Lampiran 3 : Kriteria Responden.....	120
Lampiran 4 : Data Kuesioner Variabel	121
Lampiran 5 : Hasil Analisis Statistik Deskriptif	138
Lampiran 6 : Hasil Uji Kualitas Data.....	140
Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	146
Lampiran 8 : Hasil Uji Kecocokan Model	148
Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	149
Lampiran 10 : R Tabel	150
Lampiran 11 : Tabel Chi-Square.....	152
Lampiran 12 : F Tabel.....	155
Lampiran 13 : T Tabel.....	156

