

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSMENT*, *VIRAL MARKETING*,
BRAND IMAGE DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pengguna Produk Skintific di Purwokerto)**



SKRIPSI

(Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen)

AMANDA HAMIDAH

2002010264

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSMENT*, *VIRAL MARKETING*,
BRAND IMAGE DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pengguna Produk Skintific di Purwokerto)**



SKRIPSI

(Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen)

Disusun Oleh :

AMANDA HAMIDAH

2002010264

Diperiksa dan disetujui oleh pembimbing



Mastur Mujib Ikhsani, S.E., M.Si

NIK.2160754




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Amanda Hamidah
NIM : 2002010264
Program Studi : Manajemen SI
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : PENGARUH *CELEBRITY ENDORSMENT*, *VIRAL MARKETING*, *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pengguna Produk Skintific di Purwokerto)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Mastur Mujib Ikhsani, S.E., M.Si ()
Anggota 1 : Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M ()
Anggota 2 : Hermin Endratno, S.E., M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 25 Januari 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, SE., M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amanda Hamidah
NIM : 2002010264
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

Demikian pernyataan ini penulis buat dan apabila kelak di kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, penulis bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 25 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Amanda Hamidah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Pada akhirnya satu-satunya yang tetap berada disisimu adalah dirimu sendiri, oleh karena itu kita harus mengenal dan percaya dengan diri kita sendiri tentang segala hal”

Dengan mengucapkan Basmallah dan syukur, penulis persembahkan skripsi ini untuk membayar kesempatan dan kepercayaan kepada :

Kedua orang tua penulis Bapak Fais Jaelani dan Ibu Kuswati

Terima kasih atas setiap lantunan doa, harapan, kasih sayang serta berbagai dukungan yang diberikan semoga Allah SWT membalas dan memberkahi segalanya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penulis menyadari karena dengan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada terselesaikannya skripsi ini. Perjalanan yang dilalui dengan penuh perjuangan membuat penulis selalu bersyukur dan berterima kasih kepada Allah SWT atas segala proses yang telah penulis lalui selama berada di perkuliahan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

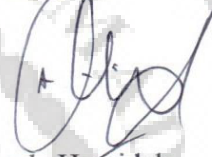
1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S. Kp.,Ns. M.Kep. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D selaku ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Mastur Mujib Ikhsani, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukan beliau, memberikan kritik dan saran serta pengarahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M selaku dosen penguji 1 penulis yang telah memberikan berbagai pertanyaan serta kritik dan saran untuk menguji kelayakan penulis sebagai sarjana manajemen.

6. Hermin Endratno, S.E., M.Si selaku dosen penguji 2 penulis yang telah memberikan berbagai pertanyaan serta kritik dan saran untuk menguji kelayakan penulis sebagai sarjana manajemen.
7. Totok Haryanto, S.E., M.M selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan segala bantuan dalam bentuk layanan informasi dan fasilitas selama menjalani proses perkuliahan.
8. Bapak/ibu dosen dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan dan segala bantuan dalam bentuk fasilitas layanan yang telah diberikan.
9. Kedua orang tua penulis Bapak Fais Jaelani dan Ibu Kuswati atas segala kasih sayang, yang selalu memberikan motivasi serta dukungan yang diberikan baik moral maupun materil, sehingga penulis dapat berjuang meraih mimpi dan kesuksesan serta segala hal baik lainnya demi membahagiakan kalian berdua.
10. Ayuni Dwi Lestari selaku sahabat penulis yang selalu menemani penulis menghadapi suka dan duka dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Teman terdekat penulis Tina, Seni, Veny, Jihan yang sudah membantu penulis dalam bertukar pikiran dan menghadapi berbagai kendala dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata harapan penulis semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi berbagai pihak.

Purwokerto, 25 Januari 2024

Penulis,



Amanda Hamidah



LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Amanda Hamidah
NIM : 2002010264
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan hak bebas royalti noneklusif kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSMENT, VIRAL MARKETING, BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pengguna Produk Skintific di Purwokerto)

Beserta seperangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneklusif ini, Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/menginformasikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Tanggal : 25 Januari 2024

menyatakan,

Amanda Hamidah

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSMENT*, *VIRAL MARKETING*,
BRAND IMAGE DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pengguna Produk Skintific di Purwokerto)**

Amanda Hamidah⁽¹⁾, Mastur Mujib Ikhsani⁽²⁾

Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis⁽¹⁾⁽²⁾

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

amandahamidah48@gmail.com⁽¹⁾, mastur_mujib@yahoo.co.id⁽²⁾

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh variabel *celebrity endorsment*, *viral marketing*, *brand image* dan *product quality* terhadap keputusan pembelian pada produk Skintific. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UMP, UNSOED dan UIN SAIZU dengan jumlah populasi sebanyak 54.684. Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa/i yang menggunakan produk Skintific dan melakukan pembelian sebanyak minimal dua kali. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 responden pada mahasiswa UMP, UNSOED dan UIN SAIZU. Teknik analisis data yang digunakan antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorsment* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *viral marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Celebrity Endorsment*, *Viral Marketing*, *Brand Image* , *Product Quality* dan Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF *CELEBRITY ENDORSMENT*, *VIRAL MARKETING*,
BRAND IMAGE AND *PRODUCT QUALITY* ON
PURCHASING DECISIONS
(Study of Skintific Product Users in Purwokerto)**

Amanda Hamidah⁽¹⁾, Mastur Mujib Ikhsani⁽²⁾

S1 Management Study Program Faculty of Economic and Bussiness⁽¹⁾⁽²⁾

Muhammadiyah University of Purwokerto

amandahamidah48@gmail.com⁽¹⁾, mastur_mujib@yahoo.co.id⁽²⁾

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the influence of celebrity endorsement, viral marketing, brand image and product quality variables on purchasing decisions for Skintific products. This type of research uses quantitative research. The population in this study were students of UMP, UNSOED and UIN SAIZU with a population of 54,684. The sample in this study were students who used Skintific products and made purchases at least twice. Sampling in this research used purposive sampling. Based on the criteria, the sample size was 100 respondents from UMP, UNSOED and UIN SAIZU students. Data analysis techniques used include validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis test, coefficient of determination test, F test and t test. The research results show that celebrity endorsements not have a significant effect on purchasing decisions, viral marketing not have a significant effect on purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keyword : *Celebrity Endorsment, Viral Marketing, Brand Image , Product Quality and Purchase Decicion*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	13
C. Pembatasan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian	14
E. Manfaat Penelitian	14
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Landasan Teori	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pemikiran	37
D. Hipotesis	42
BAB III	43
METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian	43

B.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	43
C.	Sampel Penelitian	44
D.	Teknik Pengambilan Sampel	45
E.	Jenis Sumber Data	46
F.	Teknik Pengumpulan Data	46
G.	Variabel Penelitian.....	47
H.	Definisi Operasional Variabel	47
I.	Analisis Statistik Deskriptif.....	53
J.	Metode Analisis Data	53
BAB IV		66
HASIL DAN PEMBAHASAN		66
A.	Hasil Penelitian	66
B.	Analisis Data	73
1.	Statistik Deskriptif	73
2.	Uji Instrumen	80
3.	Uji Asumsi Klasik	84
4.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
5.	Uji Kecocokan Model.....	89
6.	Uji t.....	91
C.	Pembahasan.....	96
BAB V.....		103
PENUTUP.....		103
A.	Kesimpulan	103
B.	Keterbatasan.....	103
C.	Saran	104
DAFTAR PUSTAKA.....		106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lima brand perawatan wajah terlaris di e-commerce.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	60
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	62
Gambar 3.3 Kurva Uji t.....	63
Gambar 3.4 Kurva Uji t.....	64
Gambar 3.5 Kurva Uji t.....	65
Gambar 4.1 Kurva Uji F.....	91
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Pertama.....	93
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	94
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	95
Gambar 4.5 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Jumlah Populasi	44
Tabel 3.2 Jumlah Sampel.....	45
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 3.4 Indikator dan Item Pernyataan.....	50
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	68
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur	68
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Universitas	69
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Uang Saku.....	71
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Produk yang sering dibeli	72
Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif <i>Celebrity Endorsment</i>	74
Tabel 4.9 Analisis Statistik Deskriptif <i>Viral Marketing</i>	76
Tabel 4.10 Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	77
Tabel 4.11 Analisis Statistik Deskriptif <i>Product Quality</i>	78
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	80
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorsment</i> (X1).....	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas <i>Viral Marketing</i> (X2).....	82
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X3)	82
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas <i>Product Quality</i> (X4).....	83
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas.....	84
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas	86

Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	87
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	89
Tabel 4.23 Hasil Uji F.....	90
Tabel 4.24 Hasil Uji t	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	112
Lampiran 2 : Karakteristik Responden.....	121
Lampiran 3 : Distribusi Frekuensi	126
Lampiran 4 : Tabulasi Data	127
Lampiran 5 : Uji Statistik Deskriptif	144
Lampiran 6 : Uji Validitas	150
Lampiran 7 : Uji Reliabilitas	151
Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik.....	152
Lampiran 9 : Uji Regresi Linier Berganda	153
Lampiran 10 : Uji Koefisien Determinasi	154
Lampiran 11 : Uji F (<i>Goodness of Fit</i>).....	154
Lampiran 12 : tabel r	155
Lampiran 13 : tabel f	157
Lampiran 14 : tabel t	158
Lampiran 15 : Dokumentasi	160