

PENGARUH IKLAN *ONLINE*, *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *WORD OF MOUTH* DAN CITRA MERK TERHADAP MINAT BELI PRODUK LOKAL MELSTOREJKT.ID (DAMELIA)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh:

TANIA IMES CHANDRA MANGGALIH

1902010414

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH IKLAN *ONLINE*, *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *WORD OF MOUTH* DAN
CITRA MERK TERHADAP MINAT BELI PRODUK LOKAL MELSTOREJKT.ID
(DAMELIA)**



SKRIPSI

Disusun oleh:

TANIA IMES CHANDRA MANGGALIH

1902010414

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi yang telah bertanda tangan dibawah ini:

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing



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

NIK. 2160754

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditunjukkan oleh:

Nama : Tania Imes Chandra Manggalih

NIM : 1902010414

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Judul Laporan : **Pengaruh Iklan Online, *Celebrity Endorsment*, *Word of Mouth*, Citra Merk Terhadap Minat Beli Produk Lokal Melstorejkt.id (Damelia)**

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

Anggota 1 : Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D

Anggota 2 : M. Agung Miftahuddin, S.E, M.Si

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : Januari 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tania Imes Chandra Manggalih
NIM : 1902010414
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 dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan karya orang lain.

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

Purwokerto, Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Tania Imes Chandra Manggalih

**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 : Tania Imes Chandra Manggalih
NIM : 1902010414
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

“PENGARUH IKLAN ONLINE, *CELEBRITY ENDORSMENT*, *WORD OF MOUTH*, DAN CITRA MERK TERHADAP MINAT BELI PRODUK LOKAL MELSTOREJKT.ID (DAMELIA)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan mengalih media/mengalih informasikan, 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 : Januari 2024

Yang Menyatakan,



Tania imes Chandra Manggalih

MOTTO

“Long story short, I survived”

Taylor Swift



PERSEMBAHAN



Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.

Dengan penuh semangat dan rasa syukur, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang berjasa bagi penulis.

Terimakasih yang tak terhingga kepada keluarga saya yang selalu memberikan motivasi dan selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih kepada Bapak dan Ibu yang selalu memberikan semangat dan dukungan, serta memberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan hingga ke jenjang sarjana.

KATA PENGANTAR



Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. 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 Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Dr. Wida Purwidianti, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing akademik saya yang telah membimbing dan memberi masukan.
5. Mastur Mujib Ikhsani, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam menyusun skripsi ini.
6. Drs. Suyoto, M.Si, Ph.D dan Bapak M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji saya yang telah berkenan meluangkan waktunya dan memberikan pertanyaan serta masukan untuk menguji kelayakan skripsi saya sebagai Sarjana Manajemen S1.
7. Bapak/Ibu Dosen, seluruh staff dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan

memberikan bekal ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.

8. Untuk kedua orang tua saya, Bapak Kusino, Ibu Sri Wahyuni serta kakak saya Anggi Rosita Chandra yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, dan dukungannya sehingga saya dapat menyelesaikan studi sesuai dengan target dan rencana.
9. Untuk teman-teman kost saya di Kost Tulip yang sudah mensupport dalam pengerjaan skripsi saya. terima kasih atas motivasi semangat dan canda tawanya.
10. Teman-teman Manajemen S1 angkatan 2019, hari-hari bersama kalian, berjuang bersama dan banyak kenangan yang tidak akan terlupakan.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas segala bantuan untuk memudahkan penulis menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah Subhanahu Wa Ta'ala berkenan membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu bagi saya.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, Januari 2024

Penulis


Tania Imes Chandra Manggalih

PENGARUH IKLAN ONLINE, *CELEBRITY ENDORSMENT*, *WORD OF MOUTH*, DAN CITRA MERK TERHADAP MINAT BELI PRODUK LOKAL MELSTOREJKT.ID (DAMELIA)

Tania Imes Chandra Manggalih¹, Mastur Mujib Ikhsani²

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

Universitas Muhammadiyah Purwokerto⁽¹⁾⁽²⁾

¹ chandramanggalih8@gmail.com

² mastur_mujib@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh iklan online, *celebrity endorsement*, *word of mouth*, dan citra merek terhadap minat beli. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *simple random sampling*. Berdasarkan kriteria, diperoleh 110 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistic deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji t. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa Iklan Online, *Celebrity Endorsment*, *Word Of Mouth*, dan Citra Merk berpengaruh dan signifikan secara simultan terhadap Minat Beli. Iklan Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. *Celebrity Endorsment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli. *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat beli. Citra Merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Kata kunci : iklan online, *celebrity endorsement*, *word of mouth*, citra merek, minat beli

***THE INFLUENCE OF ONLINE ADVERTISING, CELEBRITY
ENDORSEMENT, WORD OF MOUTH, AND BRAND IMAGE ON INTEREST
TO BUY LOCAL PRODUCTS MELSTOREJKT.ID (DAMELIA)***

Tania Imes Chandra Manggalih¹, Mastur Mujib Ikhsani²

Management Study Program S1, Faculty of Economics and Business ⁽¹⁾⁽²⁾

Universitas Muhammadiyah Purwokerto ⁽¹⁾⁽²⁾

¹ chandramanggalih8@gmail.com

² mastur_mujib@yahoo.co.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of online advertising, celebrity endorsements, word of mouth, and brand image on purchase intention. The selection of the sample in this study was carried out by simple random sampling. Based on the criteria, 110 respondents were obtained as samples. The data analysis technique used in this research is descriptive statistics, instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test, coefficient of determination, t test. Based on the results of the analysis, it shows that Online Advertising, Celebrity Endorsement, Word Of Mouth, and Brand Image have a significant and simultaneous effect on Purchase Intention. Online Advertising has a positive and significant effect on Purchase Intention. Celebrity Endorsement has a positive and significant effect on purchase intention. Word of Mouth has a positive and insignificant effect on purchase intention. Brand Image has a positive and significant effect on Purchase Intention.

Keywords: online advertising, celebrity endorsement, word of mouth, brand image, purchase intention

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian.....	38

B. Populasi dan Sampel	38
C. Metode Pengumpulan Data	40
D. Definisi Operasional	40
E. Metode Analisis Data	41
F. Analisis Statistik Deskriptif	45
G. Metode Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Hasil Penelitian	58
B. Hasil Pembahasan	59
C. Pembahasan	84
BAB V PENUTUP	88
A. Simpulan	88
B. Keterbatasan Penelitian	88
C. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional	41
Tabel 4.1 Responden Rate	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Responden ..	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden.....	61
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden	62
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Minat Beli	63
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Iklan Online.....	64
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Celebrity Endorsement.....	65
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Word of Mouth	66
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Citra Merk	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Minat Beli	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Iklan Online	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Celebrity Endorsement.....	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Word of Mouth	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Citra Merk	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4.21 Hasil Uji Determinasi	77
Tabel 4.22 Hasil Uji F.....	78
Tabel 4.23 Hasil Uji T	80
Tabel 4.24 Hasil Rangkuman Hipotesis.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	37
Gambar 3.1 Kurva Uji F	52
Gambar 3.2 Kurva Uji T (Hipotesis Pertama)	53
Gambar 3.3 Kurva Uji T (Hipotesis Kedua)	54
Gambar 3.4 Kurva Uji T (Hipotesis Ketiga)	55
Gambar 3.5 Kurva Uji T (Hipotesis Keempat)	56
Gambar 3.6 Kurva Uji T (Hipotesis Kelima)	57
Gambar 4.1 Kurva Uji Hipotesis Pertama	79
Gambar 4.2 Kurva Uji T Hipotesis Kedua	80
Gambar 4.3 Kurva Uji T Hipotesis Ketiga	81
Gambar 4.4 Kurva Uji T Hipotesis Keempat	82
Gambar 4.5 Kurva Uji T Hipotesisi Kelima	82