

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, LABEL HALAL  
DAN *ELETRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH**

(Studi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen S1

**SILVIA EKA SARASWATI  
2002010155**

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

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, LABEL HALAL  
DAN *ELETRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH**



**Oleh :**

**Silvia Eka Saraswati  
2002010155**

**Diperiksa dan disetujui oleh :**

**Pembimbing**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Arini Hidayah', is written over a faint circular watermark of the university logo.

**Arini Hidayah, S.E, M.Si.  
NIK. 2160341**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Silvia Eka Saraswati  
NIM : 2002010155  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul : **Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Label Halal Dan Eletronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah***

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

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Arini Hidayah, S.E., M.Si  
Anggota 1 : Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si  
Anggota 2 : Maulida Nurul Innayah, S.E., M.Sc,CFP

Ditetapkan di : Purwokerto  
Tanggal : 25 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 di bawah ini:

Nama : Silvia Eka Saraswati  
NIM : 2002010155  
Program Studi : Manajemen  
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 kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 25 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Silvia Eka Saraswati

## MOTTO

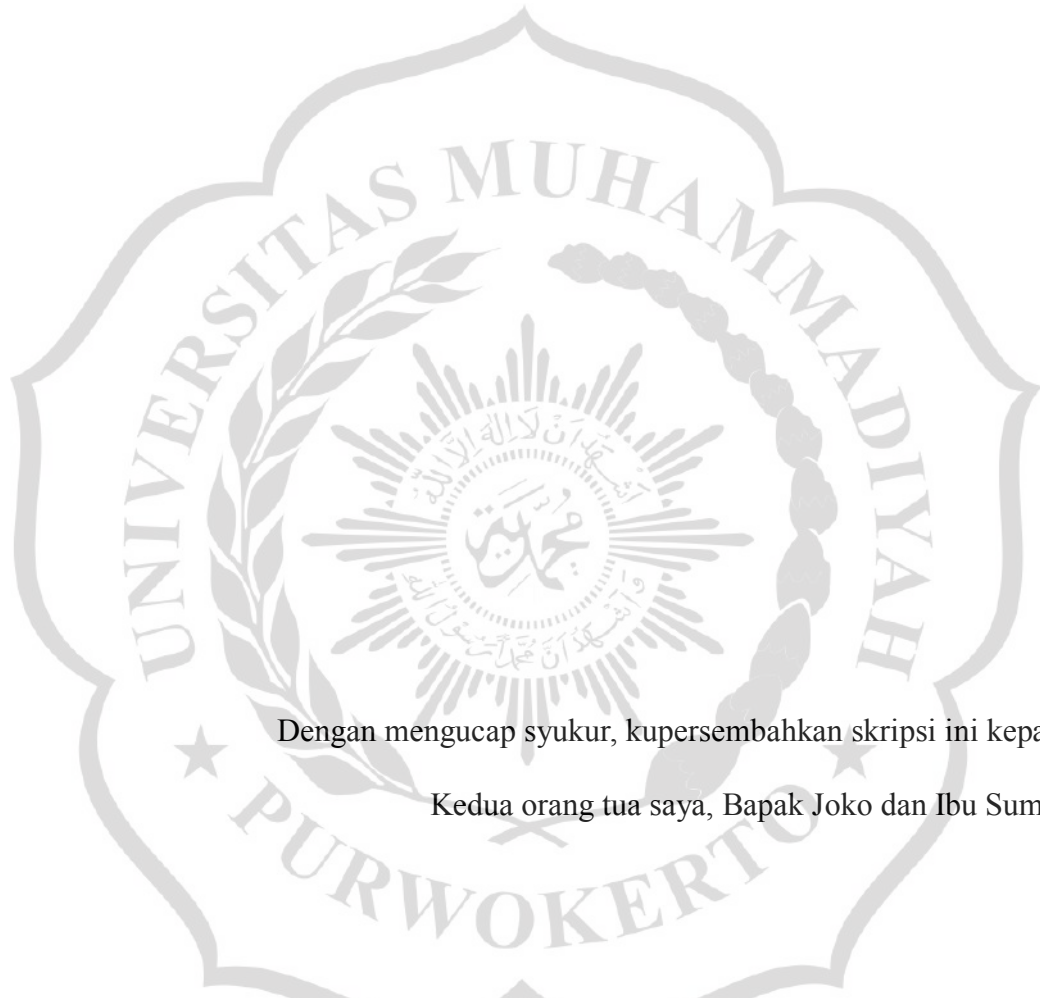
"Tetaplah Bangkit Untuk Masa Depanmu."

" Menjadi orang sukses itu tidak selalu karena privilege keluarganya yang kaya. Tetapi juga karena memiliki kemauan dan semangat untuk berubah"

"Kita harus berarti untuk diri kita sendiri terlebih dahulu, sebelum kita menjadi orang yang berharga bagi orang lain"

"Kesuksesan dan Kebahagiaan tertelak pada diri sendiri. Tetaplah berbahagia, karena kebahagiaanmu dan kamu yang akan membentuk karakter kuat untuk melawan kesulitan"

## PERSEMBAHAN



Dengan mengucapkan syukur, kupersembahkan skripsi ini kepada :

Kedua orang tua saya, Bapak Joko dan Ibu Sumirah

Terima kasih atas dukungan dan doa yang diberikan, serta telah membiayai perkuliahan sampai dengan selesai. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan

pada kami semua. Aamiin.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabil'alamiin segala puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-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, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., 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 memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Dr. Suyoto, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto;
4. Arini Hidayah, S.E, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
5. Dra Tri Septin Muji Rahayu, M.Si selaku dosen penguji saya yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Maulida Nurul Innayah, S.E., M.Sc,CFP selaku dosen penguji II saya yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

7. 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.
8. Untuk Cinta pertamaku, Ayahanda Joko. Beliau memang tidak merasakan duduk di bangku perkuliahan. Namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat, dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai Sarjana.
9. Untuk Pintu Surgaku, Ibunda Sumirah. Terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan do'a yang diberikan selama ini. Terimakasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terimakasih atas segala kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terimakasih sudah menjadi tempatku untuk pulang, bu.
10. Terimakasih Mahar Adibya Kundara atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan. Terimakasih atas waktu, doa yang senantiasa dilantunkan, dan seluruh hal baik yang diberikan selama ini.
11. Teruntuk sahabat-sahabatku Sekar,Fiola,Gita,Nisa,Evi,Revi,Diva,Putri, Kemala,Tuti,Heni terimakasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. Terimakasih selalu menjadi garda terdepan dimasa-masa sulit penulis. Terimakasih selalu mendengarkan keluh kesah penulis. Ucap syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan sahabat terbaik seperti kalian. *See you on top, Guys!*
12. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Silvia Eka Saraswati atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terimakasih kepada diri saya sendiri

yang sudah kuat melewati lika liku kehidupan hingga sekarang. Saya bangga pada diri saya sendiri! Kedepannya untuk raga yang tetep kuat, hati yang selalu tegar. Mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

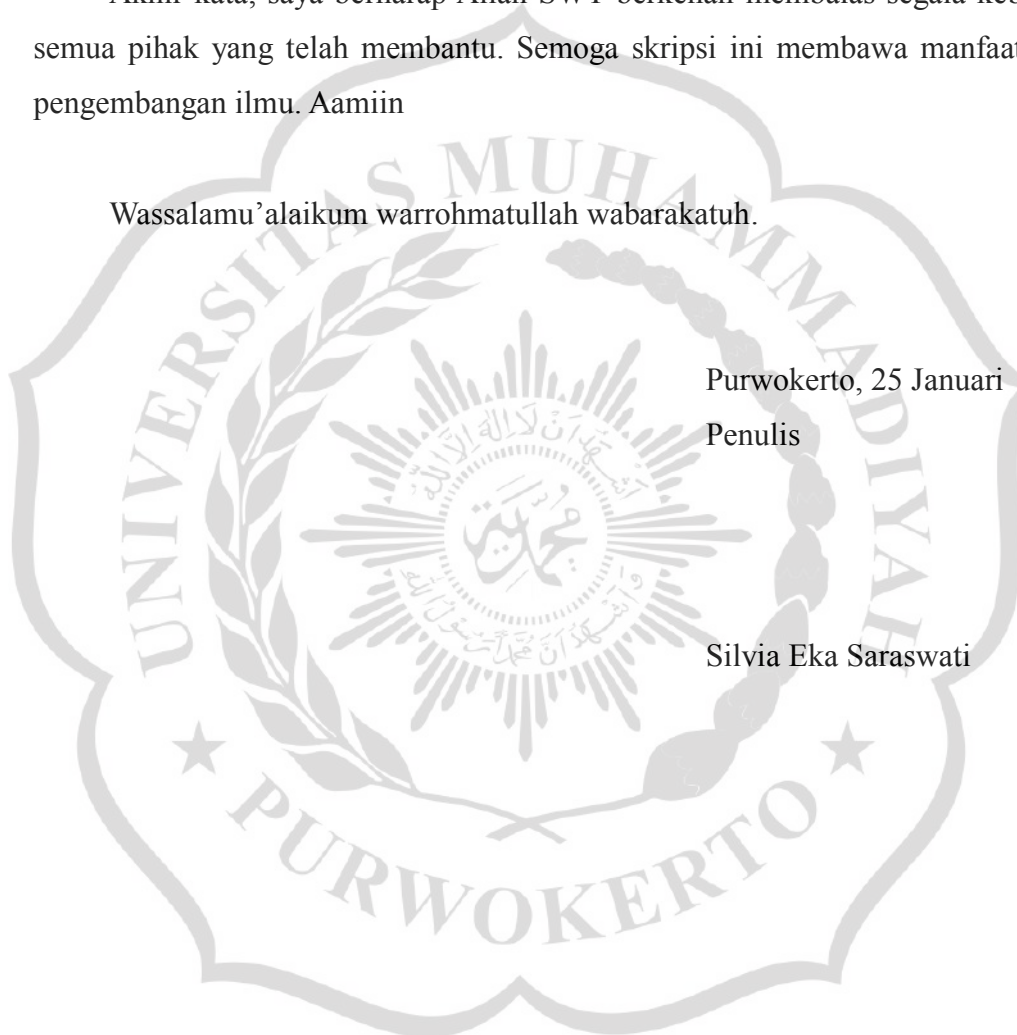
Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin

Wassalamu'alaikum warrohmatullah wabarakatuh.

Purwokerto, 25 Januari 2024

Penulis

Silvia Eka Saraswati



**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 : Silvia Eka Saraswati  
NIM : 2002010155  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jenis Karya : Skripsi

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

***Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Label Halal Dan Eletronic Word  
Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, 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  
Yang menyatakan,



Silvia Eka Saraswati

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, LABEL HALAL,  
DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA KOSMETIK WARDAH**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)  
Silvia Eka Saraswati<sup>(1)</sup>, Arini Hidayah<sup>(2)</sup>

**Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis<sup>(1)(2)</sup>  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto<sup>(1)(2)</sup>  
[silviaeka110@gmail.com](mailto:silviaeka110@gmail.com) <sup>(1)</sup>, [arinihidayah77@gmail.com](mailto:arinihidayah77@gmail.com) <sup>(2)</sup>**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis variabel *celebrity endorser*, *brand image*, label halal, dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk Wardah. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang berjumlah 14.681 mahasiswa/i. Sampel dalam penelitian adalah mahasiswa yang sudah membeli produk Wardah minimal 1 kali. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan jumlah sampel sebanyak 110 responden pada mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Teknik analisis data yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji-T. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Electronic word of mouth E-WoM* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

**THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSERS, BRAND IMAGE,  
HALAL LABEL, AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON  
PURCHASING DECISIONS IN WARDAH COSMETICS**

**(Study of Muhammadiyah University Purwokerto Students)**

Silvia Eka Saraswati<sup>(1)</sup>, Arini Hidayah<sup>(2)</sup>

**S1 Management Study Program, Faculty of Economics and Business<sup>(1)(2)</sup>**

**University of Muhammadiyah Purwokerto<sup>(1)(2)</sup>**

[silviaeka110@gmail.com](mailto:silviaeka110@gmail.com) <sup>(1)</sup>, [arinihidayah77@gmail.com](mailto:arinihidayah77@gmail.com) <sup>(2)</sup>

***ABSTRACT***

The purpose of this research is to analyze the variables celebrity endorser, brand image, halal label, and electronic word of mouth on purchasing decisions for Wardah products. This type of research uses quantitative research. The population in this study were students at the Muhammadiyah University of Purwokerto, totaling 14,681 students. The samples in the research were students who had purchased Wardah products at least once. Sampling in this research used purposive sampling technique. Based on the criteria, the sample size was 110 respondents from Muhammadiyah University Purwokerto students. The data analysis techniques used are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test, coefficient of determination test, T-test.. *Celebrity endorsers* have a positive and significant influence on purchasing decisions. *Brand image* has a positive and significant effect on purchasing decisions. The halal label has no influence on purchasing decisions. *Electronic word of mouth E-WoM* has no influence on purchasing decisions.

***Keywords:*** *Celebrity Endorser, Brand Image, Halal Label, Electronic Word of Mouth, Purchase Decision*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	x
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Pembatasan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Teori Afektif dan Kognitif.....	13
2. Perilaku Konsumen.....	14
3. Keputusan Pembelian.....	15
4. <i>Celebrity Endorser</i> .....	18
5. <i>Brand Image</i> .....	20
6. Label Halal.....	22
7. <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	24

B.	Hasil Penelitian Terdahulu .....	26
C.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	34
	1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	34
	2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	35
	3. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian .....	36
	4. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian. .....	37
D.	Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
A.	Jenis Penelitian.....	40
B.	Populasi dan Sampel .....	40
C.	Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data .....	42
D.	Variabel Penelitian. ....	44
E.	Definisi Operasional.....	44
F.	Metode Analisi Data.....	47
	1. Statistik Deskriptif.....	47
	2. Uji Kualitas Data.....	48
	3. Uji Asumsi Klasik .....	49
	4. Uji Kecocokan Model .....	51
	5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
	6. Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		58
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	58
B.	Deskripsi Responden.....	59
C.	Analisis Data .....	65
D.	Rekapitulasi Hasil Penelitian .....	88
E.	Pembahasan.....	88
BAB V PENUTUP.....		95
A.	Kesimpulan .....	95
B.	Keterbatasan Penelitian.....	96
C.	Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA .....	98
LAMPIRAN .....	103



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top <i>Brand</i> Index 2023.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto .....	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	45
Tabel 4.1 Respon Rate Offline .....	60
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Fakultas.....	61
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Uang Saku per bulan .....	63
Tabel 4.6 Jenis Produk .....	64
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Celebrity Endorser</i> .....	65
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	67
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	70
Tabel 4.11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas .....	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas .....	75
Tabel 4.14 Hasil Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	78
Tabel 4.17 Hasil Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	79
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	79
Tabel 4.19 Hasil Uji T .....	81
Tabel 4.20 Rangkuman Hasil Penelitian .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.1 Kurva Uji Hipotesis Pertama.....	54
Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis 2.....	55
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis 3.....	56
Gambar 3.4 Kurva Uji Hipotesis 4.....	57
Gambar 4.1 Kurva Hipotesis Pertama.....	83
Gambar 4.2 Kurva Hipotesis Kedua.....	84
Gambar 4.3 Hipotesis Ketiga.....	85
Gambar 4.4 Kurva Hipotesis Keempat.....	87

