

**Pengaruh *Celebrity Endorser, Online Customer Review, Dan Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Erigo**

(Studi Pada Masyarakat Purwokerto)



SKRIPSI

ANTON DWI RAKHMAWAN

2002010149

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

**Pengaruh *Celebrity Endorser, Online Customer Review, Dan Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Erigo**

(Studi Pada Masyarakat Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
S1

**ANTON DWI RAKHMAWAN
2002010149**

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

HALAMAN PERSETUJUAN

**Pengaruh Celebrity Endorser, Online Customer Review, Dan Brand Image
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo**



Oleh :

**Anton Dwi Rakhmawan
2002010149**

**Diperiksa dan disetujui oleh :
Pembimbing**



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

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Anton Dwi Rakhmawan

NIM : 2002010149

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, 16 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Anton Dwi Rakhmawan

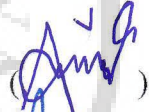
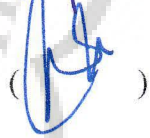

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Anton Dwi Rakhmawan
NIM : 2002010149
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul : Pengaruh *Celebrity Endorser, Online Customer Review, Dan Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo

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 : Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E. M.Si ()
Anggota 2 : Maulida Nurul Innayah, S.E., M.Sc ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 16 Agustus 2024

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E. M.Si
NIK. 2160187

MOTTO

"Menemukan cahaya di balik setiap tantangan, karena ilmu adalah lentera yang menerangi jalan dalam kegelapan. Dalam setiap rintangan terdapat pelajaran berharga yang membentuk karakter dan memperkaya pengetahuan kita. Dengan kebijaksanaan dan ketekunan, setiap kesulitan diubah menjadi peluang, dan setiap langkah membawa kita lebih dekat ke pemahaman yang lebih dalam serta kesuksesan yang sejati."



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan ridho-Nya, serta dukungan dan do'a dari orang tercinta, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Orang tua saya tercinta Bapak Rokhman dan Almarhumah Ibu Darmi Susilowati yang selalu menjaga penulis dalam doa-doanya serta selalu memberikan semangat dan motivasi selama berada di bangku kuliah hingga saat ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.
2. Kakak saya tercinta Lisa Rahmawati dan Keponakan Tersayang Intan Permatasari
3. Keluarga saya yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis dalam menjalani perkuliahan hingga saat mengerjakan skripsi ini.
4. Dosen pembimbing ibu Arini Hidayah, S.E., M.Si yang selalu membimbing, memberikan masukan dan arahan demi perbaikan skripsi ini.
5. Orang terdekat saya Adinda Indira Pratama Putri yang saya cintai yang selalu menemani dan membantu dari perkuliahan sampai di titik penulisan skripsi ini.
6. Terimakasih terutama untuk diri saya sendiri yang telah mampu dan selalu kuat dalam berjuang dan menghadapi semua masalah yang datang disaat proses pengerjaan skripsi ini mulai dari penulisan proposal skripsi, penelitian, dan juga revisi. Sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil Alamin 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. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., 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 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 kedua orang tua yang selalu memberikan motivasi, moral maupun materiil, nasihat, doa dan kasih sayang yang tidak terbatas kepada penulis sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada seseorang yang selalu mensupport saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

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 warahmatullah wabarakatuh.

Purwokerto, 16 Agustus 2024
Penulis


Anton Dwi Rakhmawan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Anton Dwi Rakhmawan
NIM : 2002010149
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis karya : Skripsi

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

“Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Online Customer Review*, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Pada Masyarakat Purwokerto)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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 16 Agustus 2024
Yang menyatakan,



Anton Dwi Rakhmawan

**Pengaruh *Celebrity Endorser, Online Customer Review, Dan Brand Image*
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo**

(Studi Pada Masyarakat Purwokerto)

Anton Dwi Rakhmawan¹, Arini Hidayah²

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

Universitas Muhammadiyah Purwokerto⁽¹⁾⁽²⁾

antndwir12@gmail.com¹, arinihidayah77@gmail.com²

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis variabel *celebrity endorser, online customer review, dan brand image* terhadap keputusan pembelian produk Erigo. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Purwokerto yang berjumlah 231.765 masyarakat. Sampel dalam penelitian adalah masyarakat yang sudah membeli produk Erigo minimal 1 kali. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 responden pada masyarakat Purwokerto. Teknik analisis data yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji-F dan uji-T. Hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel *celebrity endorser, online customer review, dan brand image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Online Customer Review* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *celebrity endorser, online customer review, dan brand image*
Keputusan Pembelian

The Influence of Celebrity Endorsers, Online Customer Reviews, and Brand Image on Erigo Product Purchase Decisions

(Study on Purwokerto Society)

Anton Dwi Rakhmawan¹, Arini Hidayah²

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

University of Muhammadiyah Purwokerto⁽¹⁾⁽²⁾

antndwir12@gmail.com¹, arinihidayah77@gmail.com²

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the variables of celebrity endorsers, online customer reviews, and brand image on the purchase decision of Erigo products. This type of research uses quantitative research. The population in this study is the people of Purwokerto which amounted to 231,765 people. The sample in the study is people who have bought Erigo products at least 1 time. Sampling in this study uses the purposive sampling technique. Based on the criteria, a sample of 100 respondents was obtained in the Purwokerto community. The data analysis techniques used were validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test, determination coefficient test, F-test and T-test. The results of the study explain that the variables of celebrity endorser, online customer review, and brand image simultaneously have a significant effect on purchase decisions. Celebrity endorsers have a positive and significant effect on purchase decisions. Online Customer Reviews have a positive and insignificant effect on purchase decisions. Brand image has a positive and significant effect on purchase decisions.

Keywords: celebrity endorser, online customer review, and brand image Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Teori Afektif dan Kognitif.....	9
2. Perilaku Konsumen	10
3. Keputusan Pembelian	11
4. <i>Celebrity Endorsement</i>	14
5. <i>Online Customer Review</i>	15
6. <i>Brand Image</i>	17
B. Hasil Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka pemikiran dan Hipotesis	23

1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2. Pengaruh <i>Online Costumer Review</i> dengan Keputusan Pembelian....	24
3. Pengaruh <i>Brand image</i> dengan Keputusan Pembelian.....	25
D. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Jenis Penelitian	28
B. Populasi dan Sampel	28
1. Populasi	28
2. Sampel	29
C. Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
1. Jenis dan Sumber Data	31
2. Teknik Pengumpulan Data	31
D. Variabel Penelitian.....	32
E. Definisi Operasional	32
F. Metode Analisis Data	34
1. Statistik Deskriptif.....	35
2. Uji Kualitas Data	35
3. Uji Asumsi Klasik	36
4. Uji Kecocokan Model.....	39
5. Analisis Regresi Linear Berganda	39
6. Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Umum Perusahaan	44
B. Deskripsi Responden	45
1. Hasil Kuesioner Penelitian	45
2. Karakteristik Responden.....	46
3. Keputusan Pembelian	49
4. <i>Celebrity Endorser (X1)</i>	50
5. <i>Online Customer Review</i>	52
6. <i>Brand Image</i>	53
7. Pengujian Hasil Analisis Data	55
8. Pembahasan Hasil Analisis Data	68

BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Keterbatasan Penelitian	73
C. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	80

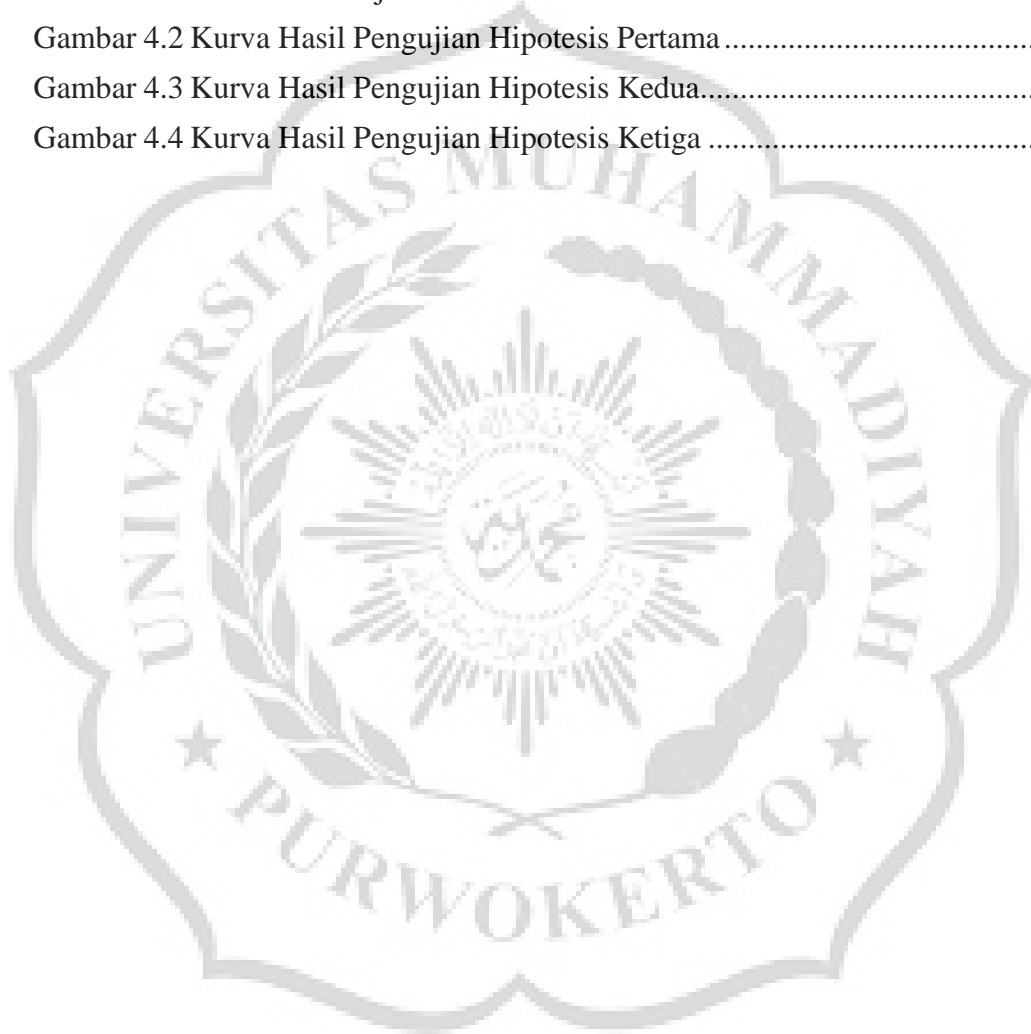


DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Masyarakat Purwokerto	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4.1 Jumlah Kuesioner	45
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.3 Tabel Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Kecamatan	47
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan.....	48
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Celebrity Endorser</i>	51
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Online Customer Review</i>	52
Tabel 4.11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	61
Tabel 4.18 Hasil Uji F	62
Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	63
Tabel 4.20 Kesimpulan Hipotesis.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka pemikiran.....	26
Gambar 3.1 Kurva Uji Hipotesis Pertama.....	42
Gambar 3.2 Kurva Uji Hipotesis 2.....	43
Gambar 3.3 Kurva Uji Hipotesis 3.....	43
Gambar 4.1 Hasil Kurva Uji F.....	63
Gambar 4.2 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Pertama.....	65
Gambar 4.3 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Kedua.....	66
Gambar 4.4 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Kuesioner.....	80
2. Petanyaan Khusus	85
3. Lampiran Hasil Kuesioner	88
4. Hasil analisis data dengan spss.....	105
5. Lampiran Daftar Riwayat Hidup.....	116

