

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SKINCARE* SOMETHINC**



SKRIPSI

DIVA AMALIA PUTRI

2002010158

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

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SKINCARE SOMETHINC***



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen S1**

DIVA AMALIA PUTRI

2002010158

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SKINCARE* SOMETHINC**

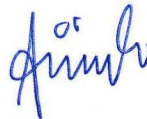


SKRIPSI

DIVA AMALIA PUTRI

2002010158

Diperiksa dan Disetujui oleh Pembimbing



Arini Hidayah, S.E., M.Si

NIK. 2160341




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Diva Amalia Putri
NIM : 2002010158
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Somethinc**


Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Arini Hidayah, S.E., M.Si ()
Anggota 1 : Hengky Widhiandono, S.E., M.Si., Ph.D ()
Anggota 2 : Irawan Randikaparsa, S.E., MBA ()
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 12 Agustus 2024

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


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



HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Diva Amalia Putri
NIM : 2002010158
Program Studi : Mnajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan ini sebenar senarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lai.

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

Purwokerto, 12 Agustus 2024

Membuat pernyataan



Diva Amalia Putri

MOTTO

“Untuk menggapai sesuatu harus diperjuangkan terlebih dahulu. Sama hanya saat mengambil buah kelapa dan tidak menunggu saja seperti jatuh durian yang sudah masak.”

-Mohamad Natsir



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, kupersembahkan kepada Allah SWT, atas segala Rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan tugas skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala Syukur kepadamu Ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang-orang yang berarti dalam hidup saya dapat diselesaikan dengan baik. Untuk karya yang sederhana ini, saya persembahkan kepada :

Pertama, Ibu Nur Tazkiyah, Wanita yang selalu mendidik anaknya dengan penuh kasih sayang serta ketegasan. Walaupun tidak mendampingi secara langsung namun doa-doanya tidak pernah putus untuk anak-anaknya. Terimakasih sudah memberikan segala perjuangan dan pengorbananmu hingga saya bisa menyelesaikan Pendidikan untuk mendapatkan gelar S1.

Kedua, Bapak Novi Triyatmoko sebagai bapak saya yang sudah memberikan segala kasih sayang dan selalu berusaha menjadi seorang figure seorang ayah yang baik untuk anak-anaknya

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang karena atas nikmat dan Rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Manajemen (S1) 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 terimakasih kepada :

1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kep., 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. Dr. Suyoto, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto sekaligus Pembimbing akademik yang telah membimbing semasa perkuliahan saya;
4. Arini Hidayah, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
5. Hengky Widhiandono, S.E., M.Si., Ph.D, selaku Penguji 1 yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Manajemen;
6. Irawan Randikaparsa, S.E., MBA, selaku Penguji 2 yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Manajemen;
7. Bapak/ibu Dosen seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan;

8. Ibu dan Bapak yang tidak pernah Lelah untuk memberikan segala dukungan baik materil ataupun non-materil. Terima kasih atas segala dukungan dan semangat yang terus diberikan selama ini yang tidak terbayarkan dengan apapun di dunia ini. Ibu dan Bapak yang ingin melihat anaknya mempunyai kehidupan masa depan yang lebih baik dengan Pendidikan lebih baik darinya;
9. Kepada diri saya sendiri, Terima kasih sudah berjuang sejauh ini dan mampu melewati begitu banyak rintangan yang cukup sulit dilewati dan hampir putus asa namun, dengan niat dan tujuan yang sama yaitu menyelesaikan tugas sebagai mahasiswa dan mendapatkan gelar tersebut untuk membuktikan kepada semua orang bahwa saya bisa melewati dan mendapatkannya.
10. Kepada Putri Baliza Wisudani, S.M, Terimakasih sudah berperan begitu banyak dalam membantu saya mengerjakan skripsi ini, salah satu orang dibalik layar yang begitu baik dan tulus menuntun saya dalam menyelesaikan skripsi saya. Jasamu akan selalu abadi dan tidak akan pernah saya lupakan;
11. Kepada Sahabat-sahabat tersayang, Silvia Eka Saraswati, Gita Nirmala, dan Fitria Nuri Azizzah yang senantiasa berbagi suka, duka, canda dan tawa dengan penulis menemani life after break up dan kegalauan hati penulis tentang skripsi ini, Terimakasih banyak atas dukungan kalian.
12. Kepada Saudari tersayang, Alvina Rizky Nur Antiqoh yang selalu sigap membantu dan memberi support besar agar menjadi lebih kuat dan semangat mencapai tujuan peneliti. Terimakasih sudah menemani dan membantu banyak hal semasa perkuliahan hingga saya berada dititik sekarang untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman Manajemen S1 Angkatan 2020. Semangat dan sukses selalu untuk kita semua, serta seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini.
14. *The Last One* Kepada seseorang yang tidak bisa saya sebutkan, terimakasih untuk patah hati yang diberikan pada saat proses penyusunan penelitian skripsi dan telah menjadikan motivasi bagi saya untuk membuktikan bahwa saya akan menjadi pribadi yang lebih baik. Terimakasih telah menjadi bagian yang

menyenangkan dan menyakitkan dari proses pendewasaan peneliti. Sampai berjumpa dalam versi terbaik menurut takdir.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan yang dimiliki penulis. Meskipun demikian, penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar. Oleh karena itu penulis menerima kritik ataupun saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bisa berguna dan bermanfaat bagi penulis dan seluruh pihak yang berkepentingan yang memanfaatkan skripsi ini untuk kepentingan akademik dalam bidang manajemen pemasaran

Purwokerto, 12 Agustus 2024

Penulis

Divia Amalia Putri

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN DAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Diva Amalia Putri
NIM : 2002010158
Program Studi : Manajemen S1
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

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

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CELEBRITY EDNORSER*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SKINCARE SOMETHINC***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 : 12 Agustus 2024



Diva Amalia Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN DAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	xiii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Pemikiran Hipotesis	27
BAB III	31
METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Populasi Dan Sampel	31
C. Jenis Sumber Data, Dan Teknik Pengumpulan Data	34
D. Metode Analisis Data	40
BAB IV	50

HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Hasil Penelitian.....	50
B. Pembahasan.....	81
BAB V.....	87
PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Keterbatasan Penelitian	87
C. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	93

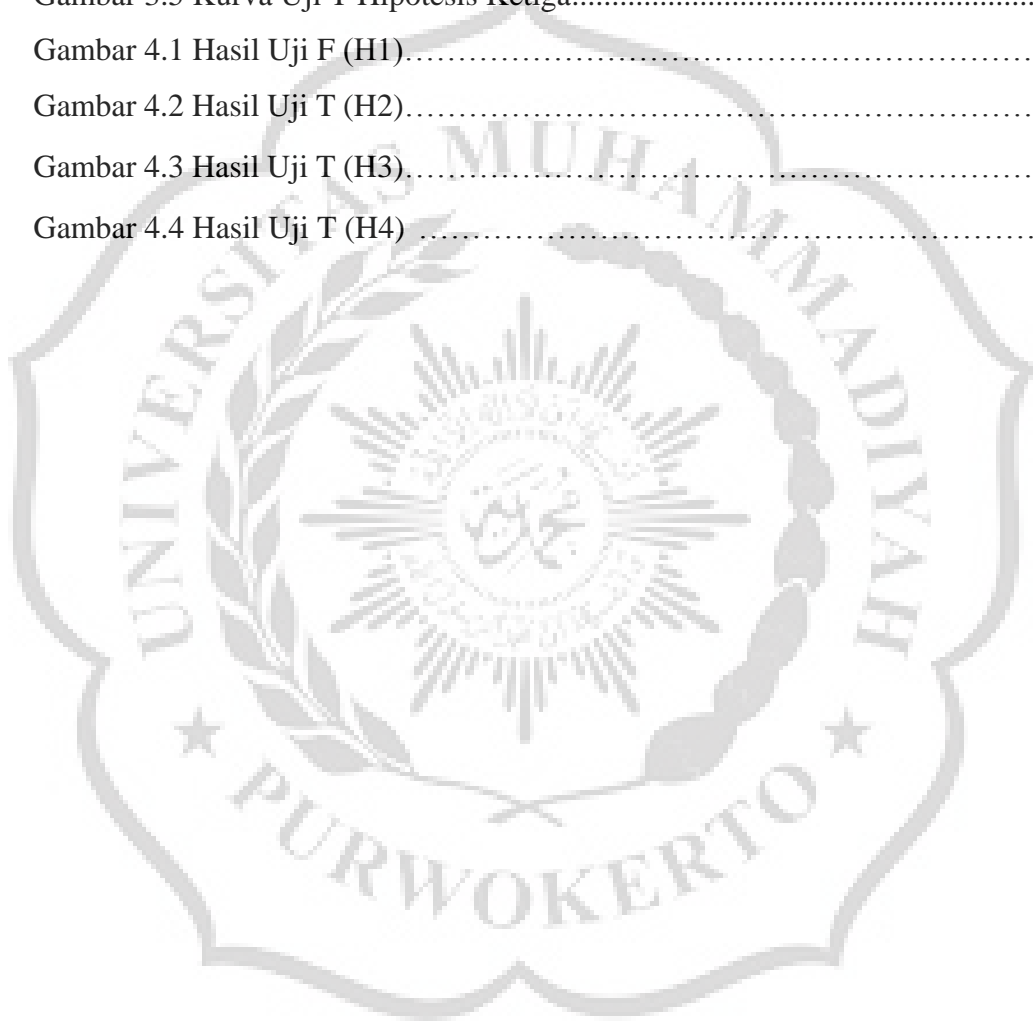


DCFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto	36
Tabel 3.2 Skala Likert	38
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.4 Indikator <i>Brand Image</i>	41
Tabel 3.5 Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	42
Tabel 3.6 Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i>	43
Tabel 3.7 Indikator Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	55
Tabel 4.3 Hasil Uji Deskriptif Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Deskriptif <i>Brand Image</i>	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Deskriptif <i>Celebrity Endorser</i>	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Deskriptif <i>Electronic Word Of Mouth</i>	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i>	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word Of Mouth</i>	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas one-sample Kolmogrov Smirnov.....	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi	79
Tabel 4.17 Hasil Uji F	81
Tabel 4.18 Hasil Rangkuman Hipotesis	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	50
Gambar 3.2 Kurva Uji T	51
Gambar 3.3 Kurva Uji T Hipotesis Pertama	52
Gambar 3.4 Kurva Uji T Hipotesis Kedua.....	53
Gambar 3.5 Kurva Uji T Hipotesis Ketiga.....	54
Gambar 4.1 Hasil Uji F (H1).....	81
Gambar 4.2 Hasil Uji T (H2).....	83
Gambar 4.3 Hasil Uji T (H3).....	83
Gambar 4.4 Hasil Uji T (H4)	84



PENGARUH BRAND IMAGE, CELEBRITY ENDORSER, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SOMETHINC

Diva Amalia Putri¹

divaamaliaputri21@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Arini Hidayah, S.E., M.Si²

hidayaharini99@yahoo.co.id

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian *skincare* Somethinc. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 450.686 mahasiswa yang terdiri dari Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Jenderal Soedirman dan Universitas Islam Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan metode pengambilan data *snowball sampling* yaitu pemilihan sampel dengan pertimbangan tertentu. Analisis data menggunakan *IBM SPSS Statistics 20*. Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, dan *Electronic Word Of Mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian *skincare* somethinc. *Brand Image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Skincare* Somethinc. *Celebrity Endorser* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian *Skincare* Somethinc. *Electronic Word Of Mouth* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian *Skincare* Somethinc

Kata kunci: *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, CELEBRITY ENDORSER, AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON THE DECISION TO PURCHASE SOMETHINC SKINCARE

Diva Amalia Putri¹

divaamaliaputri21@gmail.com

Management Study Program, Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto

Arini Hidayah, S.E., M.Si²

hidayaharini99@yahoo.co.id

Management Study Program, Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of Brand Image, Celebrity Endorser, and Electronic Word of Mouth on Purchase Decisions for Somethinc skincare. The population in this study was 450,686 students consisting of Muhammadiyah University Purwokerto, Jenderal Soedirman University and Prof.K.H State Islamic University. Saifuddin Zuhri Purwokerto. The sampling technique is non-probability sampling with the snowball sampling data collection method, namely selecting samples with certain considerations. Data analysis used IBM SPSS Statistics 20. The results of this research show that Brand Image, Celebrity Endorser, and Electronic Word of Mouth simultaneously have a significant influence on the decision to purchase some skincare. Brand Image partially has a significant influence on purchasing decisions for Skincare Something. Celebrity Endorser partially has a significant influence on the decision to purchase Skincare Something. Electronic Word Of Mouth partially has a significant effect on purchasing decisions for Skincare Something

Keywords: Brand Image, Celebrity Endorser, and Electronic Word of Mouth on Purchasing Decisions