

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK MS GLOW DI YOGYAKARTA

THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, AND WORD OF MOUTH ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS FOR MS GLOW PRODUCTS IN YOGYAKARTA



Oleh :

NI'MATUL SALSABILA SUSILO

20190410076

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK MS GLOW DI YOGYAKARTA

THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, AND WORD OF MOUTH ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS FOR MS GLOW PRODUCTS IN YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

NI'MATUL SALSABILA SUSILO

20190410076

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

PERNYATAAN

Dengan ini, saya :

Nama : Ni'matul Salsabila Susilo

Nomor Mahasiswa : 20190410076

Menyatakan bahwa bahwa skripsi dengan judul: **"PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK MS GLOW DI YOGYAKARTA"** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 20 Juni 2023



Ni'matul Salsabila Susilo

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya serta memberi kemudahan dan kelancaran sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, dan Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk MS Glow di Yogyakarta”. Skripsi ini saya persembahkan untuk segala pihak yang sudah membantu saya :

1. Teruntuk kedua orang tua tercinta dan kakak-kakak saya terima kasih selalu memberikan dukungan dan motivasi selama masa studi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua sebagai tanda bakti dan terima kasih karena selalu memberikan dukungan dan doa terbaik di setiap waktunya. Semoga selalu diberikan kesehatan dan lindungan oleh Allah SWT.
2. Seluruh keluarga besar yang selalu mendukung dan mendoakan.
3. Kepada sahabat-sahabat saya yang selalu memberi dukungan, semangat serta membantu dan mengajari jika ada kesulitan selama pengerjaan skripsi ini. Saya sangat bersyukur memiliki sahabat seperti kalian semoga kalian selalu di lindungi oleh Allah SWT dan dipermudah segala urusannya.
4. Segala pihak yang sudah membantu saya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Hidayah dan karunia-Nya, diberi kemudahan dan kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “**Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, dan Word of Mouth, Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk MS Glow di Yogyakarta***”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Tentunya dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari pihak yang turut membimbing dan mendukung. Maka dari itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dr. Rr. Sri Handari W, S.E., M.Si. selaku Kaprodi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian penulisan skripsi.
4. Kedua orang tua dan saudara-saudara saya yang selalu memberikan semangat, dukungan dan motivasi selama saya mengerjakan skripsi.
5. Sahabat-sahabat saya dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, bantuan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi.

Penulis menyadari bahawa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman penelitian dengan topik ini di kemudian hari.

Yogyakarta, 20 Juni 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ni'matul Salsabila Susilo', written in a cursive style.

Ni'matul Salsabila Susilo

DAFTAR ISI

HAMALAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
1. <i>Celebrity Endorser</i>	9
2. <i>Brand Image</i>	11
3. <i>Word Of Mouth</i>	12
4. Keputusan Pembelian Konsumen.....	14
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Pengembangan Hipotesis	19
D. Model Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Pendekatan Penelitian	25

B. Subjek dan Objek Penelitian	25
1. Subjek	25
2. Objek Penelitian	25
C. Jenis Data	26
D. Teknik Pengambilan Sampel	26
E. Teknik Pengumpulan Data	27
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
G. Uji Kualitas Instrumen	30
1. Uji Validitas	30
2. Uji Reliabilitas	31
H. Analisis Data dan Uji Hipotesis	31
1. Regresi Linier Berganda	31
2. Uji Hipotesis	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	34
1. Objek Penelitian	34
2. Subjek penelitian	36
B. Uji Kualitas Instrumen	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reliabilitas	40
C. Analisis Data dan Uji Hipotesis	43
D. Pembahasan	47
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	51
A. Simpulan	51
B. Keterbatasan Penelitian	51
C. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce periode April-Juni 2022	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Pilihan dan Skala.....	28
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Wilayah	38
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4. 5 Uji Validitas	39
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas	40
Tabel 4. 7 Pedoman Kategorisasi Rata-Rata Skor Penilaian Responden.....	41
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Celebrity Endorser.....	41
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Brand Image	42
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Word of Mouth	42
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	43
Tabel 4. 12 Koefisien Regresi.....	44
Tabel 4. 13 Hasil Uji F.....	45
Tabel 4. 14 Hasil Uji t.....	45
Tabel 4. 15 Uji koefisien Determinasi (R^2).....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	24
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

A. Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	59
B. Lampiran 2 Klasifikasi Responden	65
C. Lampiran 3 Statistik Deskriptif Variabel	66
D. Lampiran 4 Uji Kualitas Instrumen.....	67
E. Lampiran 5 Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis.....	71