

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN
SELEBRITI ENDORSER TERHADAP MINAT BELI MELALUI CITRA
MEREK (Studi Pada Zalora E-Commerce Di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) AND
CELEBRITIES ENDORSERS ON PURCHASE INTEREST THROUGH
BRAND IMAGE (Study In Zalora E-Commerce In Yogyakarta)***



PENYUSUN :

Riani Puspita Dewi

20200410053

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

2023

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN
SELEBRITI ENDORSER TERHADAP MINAT BELI MELALUI CITRA
MEREK (Studi Pada Zalora *E-Commerce* Di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) AND
CELEBRITIES ENDORSERS ON PURCHASE INTEREST THROUGH
BRAND IMAGE (Study In Zalora E-Commerce In Yogyakarta)***

SKRIPSI

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



PENYUSUN :

Riani Puspita Dewi

20200410053

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Riani Puspita Dewi

Nomer Mahasiswa : 20200410053

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **"PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN SELEBRITI ENDORSER TERHADAP MINAT BELI MELALUI CITRA MEREK (Studi Pada Zalora E-Commerce Di Yogyakarta)"** tidak terdapat karya yang pernah diujukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan 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 dalam skripsi ini diketahui terdapat karya ataupun pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, November 2023



Riani Puspita Dewi

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan seminar proposal dengan judul “ **PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN SELEBRITI ENDORSER TERHADAP MINAT BELI MELALUI CITRA MEREK (Studi Pada Zalora E-Commerce Di Yogyakarta)**”. Seminar Proposal ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Peneliti topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik memengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutnya.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang berikut ini atas bimbingan dan dukungan dalam pengerjaan Seminar Proposal ini:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Hasnah Rimiati, Dra., M.Si. sebagai dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan masukan dan bimbingan selama peneliti menyelesaikan karya tulis ini.

4. Orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan seminar proposal ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam Skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, November 2023



Riani Puspita Dewi

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Teoritis.....	11
2. Manfaat Praktis	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Temuan Riset Terdahulu	21
C. Hipotesis	37
D. Model Penelitian	50
BAB III	51
MEOTDE PENELITIAN.....	51
A. Objek dan Subjek Penelitian	51
B. Jenis Data	51
C. Teknik Pengambilan Sampel	52

D.	Teknik Pengumpulan Data.....	53
E.	Definisi Operasional Variabel.....	54
1.	<i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	55
2.	Selebriti Endorser.....	55
3.	Citra Merek	56
4.	Minat Beli	57
F.	Pengujian Instrumen	59
1.	Uji Validitas	59
2.	Uji Reliabilitas	60
G.	Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	60
1.	Analisis Deskriptif	61
2.	Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	61
BAB IV		66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		66
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek	66
1.	Sejarah Perusahaan	66
2.	Subjek Penelitian	66
3.	Karakteristik Responden.....	67
B.	Uji Kualitas Instrumen	71
1.	Uji Validitas	71
2.	Uji Reliabilitas	72
C.	Hasil Penelitian	73
1.	Analisis Deskriptif	73
2.	Analisis SEM	78
3.	Menyusun Diagram Jalur	78
4.	Mengubah Diagram jalur Menjadi Persamaan Struktural.....	79
5.	Memilih Matriks Input untuk Analisis Data	80
6.	Menilai Identifikasi Model.....	80
7.	Evaluasi Model Struktural	81
8.	Menilai Kelayakan Model.....	84
9.	Interpretasi Estimate Model	86
10.	Uji Hipotesis	86
11.	Pembahasan.....	94

BAB V	100
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	100
A. Simpulan	100
B. Keterbatasan Penelitian.....	101
C. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Definisi Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	15
Tabel 2. 2. Definisi Indikator Selebriti Endorser	16
Tabel 2. 3. Definisi Indikator Citra Merek.....	18
Tabel 2. 4. Definisi Indikator Minat beli.....	20
Tabel 2. 5 Penelitian terdahulu.....	21
Tabel 2. 6 Penelitian Terdahulu Hipotesis Pertama	38
Tabel 2. 7. Penelitian Terdahulu Hipotesis Kedua.....	40
Tabel 2. 8. Penelitian Terdahulu Hipotesis Ketiga	42
Tabel 2. 9. Penelitian Terdahulu Hipotesis Keempat.....	44
Tabel 2. 10. Penelitian Terdahulu Hipotesis Kelima	45
Tabel 2. 11. Penelitian Terdahulu Hipotesis Keenam.....	47
Tabel 2. 12. Penelitian Terdahulu Hipotesis Ketujuh	49
Tabel 3. 1. Skala Likert	54
Tabel 3. 2. Indikator Variabel <i>Elektronik Word of Mouth</i>	55
Tabel 3. 3. Indikator Variabel Selebriti Endorser	56
Tabel 3. 4. Indikator Variabel Citra Merek.....	57
Tabel 3. 5. Indikator Variabel minat beli	57
Tabel 3. 6. Indikator Variabel	57
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	68
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir	68
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden	69
Tabel 4. 5 Penghasilan Responden	70
Tabel 4. 6 Domisili Responden Daerah	70
Tabel 4. 7 Hasil uji Validitas	71
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4. 9 Interpretasi Kelas Interval	74
Tabel 4. 10 Uji Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth</i>	74
Tabel 4. 11 Uji Deskriptif Selebriti Endorser	75

Tabel 4. 12 Uji Deskriptif Citra Merek.....	76
Tabel 4. 13 <i>Computation of degrees of freedom</i>	80
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4. 15 Hasil Uji Outliers	83
Tabel 4. 16 Hasil Uji Outliers	83
Tabel 4. 17 Hasil Uji <i>Goodness Of Fit Indeks</i>	84
Tabel 4. 18 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kunjungan pada Zalora	2
Gambar 2. 1. Model Penelitian	50
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	79
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	79
Gambar 4. 3 Output Model Diagram	84