

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI MELALUI *BRAND IMAGE*

(Studi pada Pengguna Produk Maybelline di Yogyakarta)

THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON PURCHASE INTENTION WITH BRAND IMAGE

(Study on users of product Maybelline in Yogyakarta)

SKRIPSI



Oleh:

PUTRI HANIFAH ANGGRAENI

2020041036

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Putri Hanifah Anggraeni
Nomor Mahasiswa : 20200410368
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI MELALUI BRAND IMAGE (Studi pada Minat Masyarakat Produk Kosmetik Maybelline 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 dan diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 5 Maret 2024



Putri Hanifah Anggraeni

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan). Tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).”

(QS. Al-insyirah: 6-7)

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

Bekerja keraslah sampai kamu gaperlu lagi kenalin siapa dirimu, karena orang-orang udah pada tau karyamu

-esther natalia-

“Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetaplah berjuang yaa!”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

1. Teruntuk Kedua Orang Tua Tercintaku Djoko Prijono dan Siti Uswatun Hasanah sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini kepada bapak dan ibu yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang baru ku dapat balas dengan selembar kertas ini yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ibu dan bapak bahagia, karna ku sadar selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk kedua orang tuaku yang paling ku cintai terima kasih banyak selama ini banyak memberikan motivasi, selalu mendoakanku, selalu menyirami kasih sayang dan selalu menasehatiku untuk menjadi yang lebih baik.
2. Teruntuk kedua kakakku Amelya dan Novi. terimakasih yang telah memberi inspirasi, motivasi, dan doa untuk melangkah maju kedepan. Terima kasih

yang telah mengajari saya dalam meniti pahitnya kehidupan hingga diusia saya sekarang. Saya persembahkan karya tulis sederhana untukmu.

3. Dosen Pembimbing Bapak Sutrisno Wibowo, SE., M.M selaku dosen pembimbing, terima kasih atas bimbingan, kritik dan saran, dan selalu meluangkan waktunya disela kesibukan. Menjadi salah satu dari anak bimbinganmu merupakan nikmat yang sampai saat ini selalu saya syukurkan. Terima kasih bapak, semoga selalu diberi kesehatan dan dipermudah segala urusannya.
4. Teruntuk teman seperjuangan dari masa putih biru hingga detik ini Hana, Aisyah, Rizka, dan Najla meski kita tidak dalam bangku kuliah bareng tetapi penulis berterima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu, dan ilmunya. Terima kasih selalu mendengarkan keluh kesah penulis. Ucapan syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan teman terbaik seperti kalian semoga kita selalu menjaga ukhuwah dimanapun kita berada. *See you on top, guys!*
5. Teruntuk teman seperjuangan selama kuliah Dita dan grup “Bismillah Berkah” yang telah membantu dan membersamai selama proses awal perkuliahan hingga tugas akhir. Terima kasih atas bantuan, waktu, *support*, dan kebaikan yang diberikan kepada peneliti selama ini. *See you on top guys!*
6. Terakhir, untuk diri saya sendiri, terima kasih sudah berjuang sampai titik ini, tidak menyerah, dan selalu berusaha sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahilahirabil'alamiinn, dengan rahmat Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Penyayang, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan dan menganugerahkan kasih sayang, rezeki, dan kesehatan serta atas berkah, ridho dan hidayah-Nya, sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli melalui *Brand Image* (Studi pada Minat Masyarakat Produk Kosmetik Maybelline di Yogyakarta).”** Skripsi ini tersusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan sekaligus pertanggungjawaban akhir penulis sebagai mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya kerja keras, tanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi ini dan tidak terlepas dari doa, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, serta kritik dan saran yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini

penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam dan tak terkira kepada :

1. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., MSi. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran selama proses penyelesaian skripsi ini dan juga selaku dosen pengampu mata kuliah seminar proposal yang telah memberikan untuk proses penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
5. Bagi seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih banyak atas segala doa dan dukungannya serta mohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga segala kebaikan, bantuan dan amal baik dari berbagai pihak tersebut mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT dan penulis senantiasa berharap semoga skripsi yang dibuat ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak. Aamiin..

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dan kesalahan, maka dari itu, penulis dengan penuh kerendahan hati mengharapkan dan menerima saran dan kritikan dari berbagai pihak untuk dijadikan bahan masukan dan evaluasi untuk perbaikan dan kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Wassallamua'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 5 Maret 2024



Putri Hanifah Anggraeni

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
1. Bagi Praktisi.....	14
2. Bagi Akademisi.....	15
BAB II	1
TINJAUAN PUSTAKA	1
A. Landasan Teori	1
1. Minat Beli	1

2. <i>Electronic Word of Mouth</i>	5
3. <i>Celebrity Endorser</i>	8
4. <i>Brand Image</i>	11
B. Penelitian Terdahulu.....	14
C. Penurunan Hipotesis	19
D. Model Penelitian.....	23
BAB III	25
METODE PENELITIAN	25
A. Subjek dan Objek Penelitian.....	25
B. Jenis Data.....	25
C. Teknik Pengambilan Sampel	25
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
1. Variabel penelitian	28
2. Definisi Operasional	28
F. Uji Kualitas Instrumen.....	30
1. Uji Validitas	30
2. Uji Reliabilitas	31
G. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	32
BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum Subjek/Objek Penelitian	39
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	44
C. Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis	47
D. Pembahasan	65
BAB V	73
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	73
A. Simpulan.....	73

B. Keterbatasan Penelitian	74
C. Saran.....	75
1. Bagi Perusahaan	75
2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	75
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Indusri Kosmetik 2011-2015.....	1
Tabel 1.2 Kategori Survei Kosmetik Top Brand 2016-2018.....	4
Tabel 1.3 Pengguna Instagram Aktif di Indonesia periode Januari-Mei 2020.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Kriteria Penilaian Jawaban.....	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	29
Tabel 3.3 Kategori Jawaban Responden.....	33
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	41
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	43
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Saat Ini.....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif variabel <i>Celebrity Endorser</i>	48
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	49
Tabel 4.10 Hasil Statistik Deskriptif variabel Minat Beli.....	49
Tabel 4.11 Hasil Statistik Deskriptif variabel <i>Brand Image</i>	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Outlier.....	56
Tabel 4.14 <i>Multikolinearitas</i> dan <i>Singularity</i>	57
Table 4.15 <i>Degree of Freedom</i>	58
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	59
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia Tahun 2014-2022	7
Gambar 1.2 Konten Media Sosial yang Sering Dikunjungi	8
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	24
Gambar 4.1 Diagram Jalur.....	53
Gambar 4.2 Model Persamaan Struktural	53
Gambar 4.3 Nilai Batas <i>Mahalanobis Distance</i>	56
Gambar 4.4 Hasil Uji Sobel Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	82
Gambar 4.5 Hasil Uji Sobel Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	14
Lampiran 2 Tabulasi Data	17
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden	17
Lampiran 4 Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	25
Lampiran 5 Analisis Statistik Deskripif	28
Lampiran 6 Model Pengukuran	29
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas Data.....	29
Lampiran 8 Hasil Uji <i>Outlier</i>	30
Lampiran 9 Hasil Uji <i>Multikolinearitas</i> dan <i>Singularity</i>	30
Lampiran 10 <i>Notes for Model</i>	33
Lampiran 11 Hasil Uji Model Fit	33
Lampiran 12 Hasil Uji Hipotesis	35

