

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN *EWOM*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DI *TIKTOK* MELALUI
TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Konsumen Nike di Tiktok)**

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSEMENT AND
EWOM ON PURCHASE INTENTION AT TIKTOK THROUGH
TRUST AS A MEDIATION VARIABLE
(Studies on Nike Consumers on Tiktok)***



Oleh
IRFAN ALFIAN DINDA
20190410216

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

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN *EWOM*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DI *TIKTOK* MELALUI
TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Konsumen Nike di Tiktok)**

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSEMENT AND
EWOM ON PURCHASE INTENTION AT TIKTOK THROUGH
TRUST AS A MEDIATION VARIABLE
(Studies on Nike Consumers on Tiktok)***

SKRIPSI

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



Oleh
IRFAN ALFIAN DINDA
20190410216

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

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : IRFAN ALFIAN DINDA

Nomor Mahasiswa : 20190410216

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN *EWOM* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DI *TIKTOK* MELALUI *TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Konsumen Nike di Tiktok)**" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat 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, 8 Agustus 2024



Irfan Alfian Dinda

MOTTO

“Dan berbuat baiklah. Sungguh, Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”

Q.S Al Baqarah 195

“Dan janganlah kamu merasa lemah dan janganlah pula bersedih hati, sebab kamulah yang paling tinggi derajatnya jika kamu orang-orang yang beriman”

Q.S Ali Imran 139

“Hiduplah seolah engkau mati besok. Belajarlah seolah engkau hidup selamanya”

Mahatma Gandhi

“Kemarin aku pandai, jadi aku ingin mengubah dunia. Hari ini aku seorang bijak, jadi kuputuskan untuk mengubah diriku sendiri.”

Maulana Jalaludin Rumi

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir. Dengan ini peneliti persembahkan tugas akhir ini untuk:

1. Orang tua tersayang, Bapak Ruslan Dinda dan Ibu Miana, terima kasih atas doa dan kasih sayang kepada saya sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan mudah dan lancar.
2. Keluarga serta adik-adik saya yang telah memberikan dorongan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Sahabat saya yaitu Afip Hastino, Andhika Sumaryadinata, Kresna Dwi Juliansyah, M. Muflih Prasetyo, Reza Machfud Sidik dan Rifky Wahyu Hidayat. Telah memberikan motivasi dan dukungan dalam penyusunan tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam proses penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh *Celebrity Endorsement* Dan Ewom Terhadap *Purchase Intention* Di Tiktok Melalui *Trust* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Nike Di Tiktok)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Peneliti memilih topik penelitian ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan *purchase intention* melalui *Celebrity Endorsement* dan EWOM. Selanjutnya, memberikan masukan bagi perusahaan bahwa *Trust* dapat memediasi *Celebrity Endorsement* dan EWOM terhadap *Purchase Intention*.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyak kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama peneliti menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dalam ilmu ekonomi.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE, MM. yang penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

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

Yogyakarta, 8 Agustus 2024

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to be the initials 'AS' with a dot above the 'A' and a flourish extending from the 'S'.

Irfan Alfian Dinda

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Hasil Penelitian Terdahulu	13
C. Pengembangan Hipotesis	29
D. Model Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Objek dan Subjek Penelitian	37
B. Jenis Data	37
C. Teknik Pengambilan Sampel	38
D. Teknik Pengumpulan Data	39
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	40
F. Uji Kualitas Instrumen.....	42

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Penelitian	47
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	50
C. Hasil Penelitian.....	56
D. Pengujian Hipotesis	68
E. Pembahasan (Interpretasi)	72
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	78
A. Simpulan.....	78
B. Keterbatasan Penelitian.....	78
C. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Platform berbagi video singkat	4
Tabel 1.2 Pakaian Olahraga	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional	41
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.5 Kelas Interval	54
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	54
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel EWOM	55
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	55
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Outliers</i>	61
Tabel 4.12 Hasil <i>Computation of Degrees of Freedom</i>	64
Tabel 4.13 <i>Goodness of fit</i>	65
Tabel 4.14 Hubungan Variabel Secara Langsung	68
Tabel 4.15 <i>Standardized Direct Effects</i>	71
Tabel 4.16 <i>Standardized Indirect Effects</i>	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	35
Gambar 4.1 Diagram Alur	58
Gambar 4.2 Persamaan Struktural	58
Gambar 4.3 Hasil <i>Degree of Freedom</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2 Data Responden	87
Lampiran 3 Uji Validitas.....	92
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	93
Lampiran 5 Statistik Deskriptif.....	94
Lampiran 6 Diagram Jalur	95
Lampiran 7 Persamaan Struktural	96
Lampiran 8 Uji Normalitas	97
Lampiran 9 Uji <i>Outlier</i>	98
Lampiran 10 <i>Computation of Degrees of Freedom</i>	101
Lampiran 11 Uji <i>Goodness of Fit Index</i>	102
Lampiran 12 Uji Hipotesis Secara Langsung.....	103
Lampiran 13 Uji Hipotesis Tidak Langsung.....	104