

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,  
*CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN NIAT BELI  
(Studi Merek *Skin Care* Asal Korea Selatan : Laneige di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF COUNTRY OF ORIGIN, ELECTRONIC WORD OF  
MOUTH, CELEBRITY ENDORSER TOWARD BRAND IMAGE AND  
PURCHASE INTENTION***

***(A Study on South Korea's Skin Care Brand : Laneige in Yogyakarta)***

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**DINDA AJENG PRASTIKA**

**20170410458**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2021**

## PERNYATAAN

Dengan ini, saya :

Nama : Dinda Ajeng Prastika

Nomor Mahasiswa : 20170410458

Menyatakan bahwa bahwa skripsi dengan judul: "**Pengaruh *Country of Origin, Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image* dan *Niat Beli* (Studi Merek *Skin Care* Asal Korea Selatan : *Laneige* 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, 23 April 2021



Dinda Ajeng Prastika

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan kemudahan-Nya yang senantiasa mengiringi saya dalam proses menempuh pendidikan di perguruan tinggi ini hingga titik akhir penyusunan skripsi.

Persembahan dan rasa terimakasih saya ucapkan kepada :

1. Mama yang telah memberikan dukungan, motivasi, kasih sayang yang senantiasa tercurahkan untuk anak perempuan semata wayangnya, selalu mengingatkan untuk tidak pernah berhenti berdoa, berusaha, serta bersyukur. Ini persembahan dari Dinda untuk Mama.
2. Ayah yang telah memberikan dukungan dan selalu mengingatkan kepada saya untuk tidak pernah berhenti berdoa, berusaha, serta bersyukur.
3. Teman-teman Badan Pengurus Harian KSPM FEB UMY 2020/2021 dan keluarga besar KSPM FEB UMY Periode 2017-2020 yang telah menemani, *mensupport*, dan memberikan energi positif selama saya berorganisasi di masa bangku kuliah.
4. Teman-teman seperjuangan pengabdian Proyek Ekspedisi Nusantara 5. Terima kasih telah membagikan pengalaman serta ilmu non-akademik dengan melakukan pengabdian masyarakat dari Desa Ngagrong, Boyolali hingga Desa Nanga Logo, Sambu Rampas, Nusa Tenggara Timur.
5. Laurena Fortuna Hartansyah, Pulkeria Aquaelin R.P.M, Natasha Dhea Maharani Junep. Terima kasih telah menemani sejak bangku SMA hingga

saat ini dan menemani masa-masa mengejar keambisian untuk mengerjakan skripsi agar lulus tepat waktu.

6. Sahabat yang seperti saudara kembar saya, Erma Pratiwi. Terima kasih telah menemani, memberi *support*, dan membantu di segala hal.
7. Devi Clara Heren S. dan Hilda Septianingtias, terima kasih telah menjadi teman dan sahabat sejak pertama kali masuk menjadi mahasiswa baru hingga saat ini.
8. Silamo *Creative Hub* sebagai tempat dimana saya bekerja sekaligus mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
9. Diriku sendiri. Terima kasih telah kuat dan mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
10. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan doa, dukungan dan motivasi dari mulai awal kuliah hingga skripsi ini. Terimakasih atas segala kebaikan yang diberikan. Semoga Allah membalas kebaikan kalian.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Country of Origin*, *Electronic Word of Mouth*, *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image* dan Niat Beli (Studi *Skin Care* Asal Korea Selatan : Laneige di Yogyakarta)” dengan lancar dan baik.

Penyusunan skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu dari persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammaadiyah Yogyakarta. Skripsi ini ditulis dan disusun dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan minat pembelian pengguna dan juga memberikan ide untuk pengembangan penelitian yang akan datang.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dorongan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan arahan, bimbingan serta dukungan kepada para mahasiswa.
2. Bapak Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah

memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.

3. Ibu Retno Widowati PA., M.SI. Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan arahan, bimbingan serta dukungan kepada para mahasiswa Manajemen.
4. Bapak Dr. Susanto, M.S selaku dosen pembimbingan skripsi, dengan penuh kesabaran dan banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan selama proses penulisan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dalam Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang sudah menularkan dan mengajarkan ilmu yang sangat banyak.
6. Berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan juga semangat kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulisan skripsi ini ditulis dengan sebaik-baiknya, akan tetapi tentu masih terdapat kekurangan di dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari seluruh pihak sangat diharapkan, dan harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah wawasan.

Yogyakarta, 23 April 2021



Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
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.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. <i>Country of Origin</i> .....	12
B. <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	13
C. <i>Celebrity Endorser</i> .....	15
D. <i>Brand Image</i> .....	16
E. Niat beli.....	17
F. Penelitian Terdahulu.....	18
G. Pengembangan Hipotesis.....	23

H. Model Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	30
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	30
C. Jenis Data Penelitian .....	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
E. Definisi Operasional Variabel.....	34
F. Uji Kualitas Instrumen .....	35
G. Alat Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	41
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	41
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	47
C. Hasil Analisis dan Uji Hipotesis .....	53
D. Pengujian Hipotesis.....	63
E. Pembahasan.....	70
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN .....	82
A. Simpulan .....	82
B. Keterbatasan Penelitian.....	84
C. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	87
LAMPIRAN.....	92



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produk <i>skin care</i> .....	8
Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. 2 <i>Goodness of Fit Index</i> .....	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Penyebaran Kuesioner.....	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	44
Tabel 4. 3 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	45
Tabel 4. 4 Karakteristik Penghasilan Per Bulan Responden.....	45
Tabel 4. 5 Karakteristik Domisili Responden.....	46
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Country of Origin</i> .....	50
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel EWOM .....	51
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	51
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	52
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Niat beli.....	52
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas .....	56
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Outliers .....	58
Tabel 4. 15 <i>Computation of degrees of freedom (Default model)</i> .....	59
Tabel 4. 16 Menilai <i>Goodness of Fit</i> .....	60
Tabel 4. 17 Hubungan Antar Variabel .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pasar Kosmetik <i>Skin Care</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Persentase Wanita Indonesia.....	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	29
Gambar 4. 1 Diagram Alur.....	54
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	55
Gambar 4. 3 Nilai Batas <i>Mahalanobis Distance</i> .....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden .....	102
Lampiran 3 Uji Validitas.....	109
Lampiran 4 Uji Reliabilitas .....	110
Lampiran 5 Statistik Deskriptif.....	111
Lampiran 6 Model Penelitian.....	112
Lampiran 7 Persamaan Struktural.....	113
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas .....	114
Lampiran 9 Uji Outliers .....	115
Lampiran 10 <i>Degree of Freedom</i> .....	117
Lampiran 11 Model Fit .....	118
Lampiran 12 Uji Hipotesis .....	118
Lampiran 13 Uji Turnitin.....	122