

**PENGARUH PERSEPSI PADA *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP *E-WORD OF MOUTH* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK LUXCRIME**

**(Studi pada Konsumen Luxcrime di Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF PERCEPTIONS OF CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, AND PRODUCT QUALITY ON E-WORD OF MOUTH AND PURCHASE DECISIONS IN LUXCRIME PRODUCTS***

***(Study on Luxcrime Consumers in Yogyakarta)***



Diajukan Oleh :  
**Annisa Safira Salsabila**  
**20190410388**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Annisa Safira Salsabila

Nomor Mahasiswa : 20190410388

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "**Pengaruh Persepsi Celebrity endorser, Brand image, dan Kualitas Produk Terhadap E-word of mouth dan Keputusan Pembelian Pada Produk Luxcrime**" 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 dikutip 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, 22 Desember 2022



Annisa Safira Salsabila

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, segala puji syukur bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya kepada penulis beserta keluarga dan saudara lainnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Muhammad Saifudin. Beliau memang tidak sempat menyelesaikan bangku perkuliahannya karena adanya suatu halangan, namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Pintu surgaku, Ibunda Supriyati S.Pd. terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terima kasih, sudah menjadi tempatku untuk pulang, bu.
3. Kedua adikku, Tazkia Amelia dan Akram Firos Ridho. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, doa, dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat, adik-adikku.
4. Keluarga penulis, terima kasih atas dukungan dan kasih sayang tiada henti

yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini dengan baik.

5. Lintang Pradipta Rahman, yang selalu memberi inspirasi untuk terus melangkah maju kedepan, menjadi teman bertukar pikiran, tempat berkeluh kesah, dan menjadi support system penulis dalam menyelesaikan tugas akhir. Terima kasih atas waktu, doa yang senantiasa dilangitkan, dan seluruh hal baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
6. Sahabat penulis. Rani, Yanti, Intan, Dina, Syifa, Zustika, Alissa, Atika, dan Keluarga Matahari yang telah banyak membantu dan membersamai proses penulis dari awal proposal sampai tugas akhir. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini. *See you on top, guys.*
7. Seluruh teman teman FEB angkatan 19 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah ini.
8. Seluruh pihak yang memberikan bantuan kepada penulis namun tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, semangat, dan doa baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
9. Dan yang terakhir, terima kasih kepada diri penulis. Hebat bisa tetap berdiri tegap menghadapi segala liku hidup walau kadang jenuh dan ingin berhenti. Kamu keren dan hebat, caca

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas ridhanya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Pengaruh Persepsi pada *Celebrity endorser*, *Brand image*, dan Kualitas Produk, Terhadap *E-word of mouth* dan Keputusan Pembelian Pada Produk Luxcrime”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang senantiasa memberikan bimbingan kepada seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. Selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang senantiasa memberikan bimbingan kepada seluruh mahasiswa manajemen.
3. Ibu Retno Widowati PA., M.SI. Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran, membimbing dan mengarahkan penulis dengan detail sedari awal penyusunan proposal sampai akhir penyusunan skripsi. Terima kasih atas waktu, kebaikan, serta ketulusan yang diberikan dalam mendidik penulis untuk mendapatkan hasil yang

maksimal.

4. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah dan seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
5. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah Swt. dan akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian.

Yogyakarta, 22 Desember 2022



Annisa Safira Salsabila

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI.....	ix
ABSTRACT .....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9

A.	Landasan Teori.....	9
1.	<i>Celebrity endorser</i> .....	9
2.	<i>Brand image</i> .....	10
3.	Kualitas Produk.....	11
4.	<i>E-word of mouth</i> .....	11
5.	Keputusan Pembelian.....	12
B.	Penelitian Terdahulu .....	13
C.	Pengembangan Hipotesis .....	20
1.	Pengaruh Persepsi <i>Celebrity endorser</i> terhadap <i>E-word of mouth</i> .....	20
2.	Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap <i>E-word of mouth</i> .....	20
3.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>E-word of mouth</i> .....	21
D.	Model Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
A.	Objek dan Subjek Penelitian .....	29
B.	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	29
C.	Jenis Data .....	31
D.	Teknik Pengambilan Data .....	31
E.	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	32
F.	Uji Kualitas Instrumen .....	35
1.	Uji Validitas .....	35
2.	Uji Reliabilitas .....	35
G.	Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	36
1.	Alat Analisis Data.....	36
2.	Uji Hipotesis .....	42
BAB IV .....		43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	43
B.	Analisis Statistik Deskriptif .....	47
C.	Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	52
D.	Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	54
E.	Pengujian Hipotesis.....	64



BAB V.....	75
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN .....	75
A. Simpulan .....	75
B. Keterbatasan Penelitian.....	76
C. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA .....	77
LAMPIRAN.....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3. 1 Skala Nilai Kuisisioner .....	32
Tabel 3. 2 Klasifikasi Variabel dan Indikator .....	33
Tabel 3. 3 <i>Goodnes of Fit Index</i> .....	41
Tabel 4. 1 Rincian Pendistribusian Kuisisioner .....	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian .....	46
Tabel 4. 5 Keterangan Nilai Interval .....	48
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Celebrity endorser</i> .....	48
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand image</i> .....	49
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	50
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel E-WOM.....	50
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	51
Tabel 4. 11 Hasil CFA .....	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4. 14 Hasil pengujian outliers.....	59
Tabel 4. 15 Degress of Freedom .....	62
Tabel 4. 16 Hasil Goodness of Fit.....	62
Tabel 4. 17 Hasil Uji Pengaruh Langsung .....	64
Tabel 4. 18 Hasil Standardized Direct Effects and Indirect Effect .....	67
Tabel 4. 19 Hasil Standardized Direct Effects and Indirect Effect .....	67
Tabel 4. 20 Hasil Standardized Direct Effects and Indirect Effect .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Minat beli produk kecantikan dan perawatan 2022.....	1
Gambar 1. 2 Prefensi minat konsumen dalam memilih brand kosmetik .....	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	27
Gambar 4. 1 Diagram Alur .....	55
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	89
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	90
Lampiran 4. Uji Deskriptif.....	92
Lampiran 5. Output Model SEM .....	94
Lampiran 6. Hasil Uji Outlier .....	95
Lampiran 7. Hasil Uji Godness of Fit .....	103
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis.....	104
Lampiran 9. Direct and Indirect Effect .....	106