

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSERS AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) ON INTEREST IN BUYING SKINTIFIC PRODUCTS WITH BRAND IMAGE AS A MEDIATION VARIABLE

SKRIPSI



Disusun Oleh:

NANA ORYNNA

20200410402

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

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Nana Orynna

Nomor Induk Mahasiswa 20200410402

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali 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, 25 November 2023



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada umatnya dengan memberikan kesehatan dan kesabaran sehingga mampu untuk menyelesaikan ujian yang diterima. Shalawat serta salam sellau tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang kelak pada akhir selalu ditunggu syafaat-Nya.

Rasa senang saya ucapkan syukur senantiasa tercurahkan atas keberhasilan dalam melewati ujian-ujian. Perjuangan yang telah dilalui tidak akan pernah lepas dari do'a yang selalu dipanjatkan kepada Allah serta dukungan dan dorongan yang selalu ada dari keluarga dan orang terkasih selama proses dan akhirnya saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembakan kepada:

1. Kepada kedua orang tua saya tercinta, ayahku ibuku yang selalu mendukung, mendo'akan, memberikan semangat secara lahir dan batin serta selalu mengucapkan nama saya dalam setiap do'a.
2. Kepada kedua adik saya yang selalu memberikan do'a serta dukungan dalam menyelesaikan studi karya tulis ini.
3. Kepada keluarga besar saya yang telah memberikan doa, dukungan, serta rasa pengertian yang luas untuk saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Yang Maha Esa atas seluruh Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam penelitian ini tentu masih memiliki keterbatasan, maka mohon maaf apabila terdapat kekurangan pada penulisan skripsi ini. Saya berharap pemilihan topik skripsi ini dengan judul “pengaruh *celebrity endorser* dan *electronic word of mouth* (e-wom) terhadap minat beli produk Skintific dengan citra merek sebagai variabel mediasi” Saya berharap pemilihan topik skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi pembaca dan dapat dijadikan acuan bagi penelitain selanjutnya.

Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih dengan sangat kepada:

1. Prof. Rizal Yaya, S.E., M. Sc, Ph D., Ak., CA., CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dr. Rr. Sri Handari W. S.E., M.Si., selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan, dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat serta balasan yang berlipat ganda kepada kita semua atas proses penyusunan skripsi ini. Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna., Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat dibutuhkan agar dapat menyempurnakan penelitian ini. Semoga peneliti ini bisa bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 25 November 2023



Nana Oryнна

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Landasan Teori	14
B. Hasil Penelitian Terdahulu	25
C. Pengembangan Hipotesis	33
BAB III	43
METODE PENELITIAN	43
A. Objek dan Subjek Penelitian	43
B. Teknik Pengambilan Sampel	43
C. Jenis Data	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Definsi Operasional Variabel Penelitian	45

F. Uji Kualitas Instrumen.....	48
G. Alat Analisis dan Uji Hipotesis.....	50
BAB IV	60
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian	61
C. Hasil Uji Kualitas Instrumen	65
D. Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis	68
E. Pembahasan.....	89
BAB V	98
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	98
A. Simpulan	98
B. Keterbatasan penelitian.....	100
C. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Variabel Eksogen (bebas).....	46
Tabel 3. 2 Variabel Mediasi	47
Tabel 3. 3 Variabel Endogen (terikat)	48
Tabel 3. 4 Kategori Jawaban Responden	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	62
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	66
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4. 4 Interpretasi kelas interval.....	69
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Deskriptif Celebrity Endorser	69
Tabel 4. 6 Hasil Statistik Deskriptif Electronic Word Of Mouth.....	70
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif Citra merek	71
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif Minat beli	72
Tabel 4. 9 Degree of freedom.....	75
Tabel 4. 10 Hasil uji normalitas	77
Tabel 4. 11 Hasil uji outliers	79
Tabel 4. 12 Data bebas outliers	79
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas dan Singularity	80
Tabel 4. 14 Goodness of fit.....	81
Tabel 4. 15 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	83
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsel.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. 8 Negara dengan pengguna TikTok terbesar di Dunia	3
Gambar 1. 2 Demografi pengguna aktif TikTok di Indonesia.....	4
Gambar 1. 3 Skintific Sukses Raih Beragam Penghargaan.....	6
Gambar 1. 4 Top 5 Brand perawatan wajah terlaris di E-Commerce.....	7
Gambar 2. 1 Model Penelitian	42
Gambar 4. 1 Diagram jalur.....	74
Gambar 4. 2 persamaan struktural.....	74
Gambar 4. 3 Batas Outliers.....	78
Gambar 4. 4 Model Pengaruh Antar Variabel	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	106
Lampiran 2 Data Responden	112
Lampiran 3 Data Jawaban Responden	122
Lampiran 4 Hasil uji validitas	129
Lampiran 5 Hasil Uji Realibilitas	130
Lampiran 6 Hasil Descirptive statistic	132
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas dan Degree of Freedom	133
Lampiran 8 Hasil Outliers, Data Bebas Outliers, Multikolinearitas dan singularity	134
Lampiran 9 Model Fit.....	140
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis	142