

**HALAMAN MOTTO**

*“Verily, with hardship comes easy”*

*Al-Quran 94:6*



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

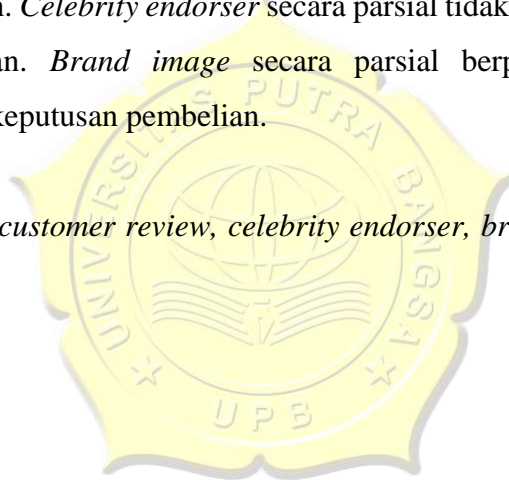
1. Allah SWT
2. Keluarga terutama kedua orang tua yang sudah mendidik dan selalu memberi doa, motivasi dan semangat.
3. Ibu Ika Susilowati, S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan memberikan banyak masukan, arahan, dan bimbingan yang sangat bermanfaat atas penyusunan skripsi ini.
4. Teman-teman yang sudah berbagi momen dan cerita.
5. Semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini dari awal sampai akhir yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.



## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *online customer review*, *celebrity endorser*, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *Body Lotion Scarlett* di Kabupaten Kebumen. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kebumen yang pernah membeli *Body Lotion Scarlett* dengan jumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan statistika. Metode statistika yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, pengujian asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis dengan uji t maupun uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online customer review*, *celebrity endorser*, dan *brand image* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Online customer review* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Celebrity endorser* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Brand image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

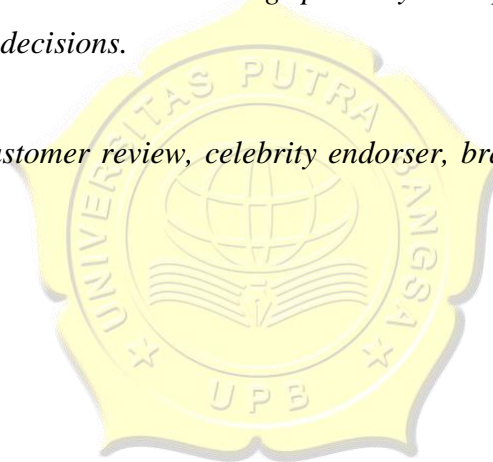
**Kata kunci:** *online customer review*, *celebrity endorser*, *brand image*, keputusan pembelian.



## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze the effect of online customer reviews, celebrity endorsers, and brand image on purchasing decisions for Scarlett Body Lotion in Kebumen Regency. The population of this study were Kebumen people who had bought Scarlett Body Lotion with 100 respondents. This study uses descriptive and statistical analysis methods. The statistical methods carried out are validity test, reliability test, classical assumption testing, multiple regression analysis, hypothesis testing with t test and F test. The results showed that online customer reviews, celebrity endorsers, and brand image simultaneously influence purchasing decisions. Online customer review partially has a positive and significant effect on purchasing decisions. Celebrity endorsers partially have no effect on purchasing decisions. Brand image partially has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** *online customer review, celebrity endorser, brand image, purchasing decisions.*



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Online Customer Review*, *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Body Lotion Scarlett (Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen)”** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut serta membantu terselesaikannya skripsi ini, terutama kepada:

1. Ibu Ika Susilowati, S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.
2. Semua responden yang telah bersedia memberikan waktunya untuk mengisi data sehingga membantu keberlangsungan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik maupun saran yang membangun, akan penulis terima. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna khususnya bagi penulis dan bagi para pembaca.

Kebumen, 12 Januari 2024

Penulis,

Rina Khusnul Khotimah  
NIM 205504286

## DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAKSI .....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14

2.1.	Tinjauan Teori .....	14
2.1.1.	Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2.	Variabel <i>Online Customer Review</i> .....	21
2.1.3.	Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	23
2.1.4.	Variabel <i>Brand Image</i> .....	26
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	31
2.3.	Hubungan Antar Variabel .....	38
2.4.	Model Empiris .....	40
2.5.	Hipotesis .....	41
BAB III	.....	42
METODE PENELITIAN	.....	42
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian .....	42
3.1.1.	Objek Penelitian.....	42
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	42
3.2.	Variabel Penelitian .....	42
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	43
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	47
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5.1.	Data .....	48
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6.	Populasi dan Sampel .....	50
3.6.1.	Populasi.....	50
3.6.2.	Sampel.....	50
3.7.	Teknik Analisis.....	52
3.7.1.	Analisis Deskriptif .....	52

3.7.2. Analisis Kuantitatif .....	53
BAB IV .....	63
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	63
4.1. Analisis Deskriptif.....	63
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	63
4.1.2 Karakteristik Responden .....	63
4.2. Analisis Statistik.....	68
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	69
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
4.2.4 Uji Hipotesis .....	78
4.3. Pembahasan .....	82
4.3.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	83
4.3.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	84
4.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	86
BAB V.....	88
SIMPULAN .....	88
5.1. Simpulan.....	88
5.2. Keterbatasan .....	89
5.3. Implikasi.....	90
5.3.1 Implikasi Praktis .....	90
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	93
LAMPIRAN.....	97



## DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Hasil Mini Riset yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Body Lotion Scarlett di Kebumen.....	5
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian .....	44
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Online Customer Review</i> .....	45
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	46
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i> .....	47
Tabel III- 5 Interpretasi Nilai Koefisien Reliabilitas .....	56
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	64
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	66
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	68
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i> (X1) .....	70
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X2).....	71
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand image</i> (X3) .....	71
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas .....	72
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	73
Tabel IV- 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser .....	75
Tabel IV- 13 Hasil Uji Regresi Berganda.....	77
Tabel IV- 14 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	79
Tabel IV- 15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	81
Tabel IV- 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Sales Revenue Body Lotion Scarlett, Nivea, Vaseline Periode April- Juni 2022 .....	2
Gambar I-2 Revenue Sales Scarlett, Madame Gie, Marshwillow, Nama Beauty Januari-Februari 2023 (Dalam Miliar Rupiah) .....	3
Gambar II- 1 Model Empiris.....	40
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas.....	76



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	97
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	102
Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner.....	106
Lampiran 4 Uji Validitas.....	110
Lampiran 5 Reliabilitas .....	113
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik .....	114
Lampiran 7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	116
Lampiran 8 Uji Hipotesis .....	117
Lampiran 9 Tabel R .....	118
Lampiran 10 Tabel T.....	121
Lampiran 11 Tabel F.....	123
Lampiran 12 Kartu Bimbingan .....	126
Lampiran 13 Kartu Seminar.....	127

