

HALAMAN MOTTO

“Boleh Menangis, Tetapi Jangan Menyerah”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

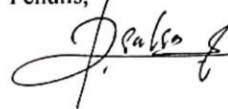
- 1) Cinta pertama dan panutanku, Bapak Mad Sukhani. Beliau memang tidak merasakan bangku perkuliahan, bahkan sekolah dasar pun beliau tidak selesai. Akan tetapi beliau mampu mendidik penulis, memberikn semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya hingga sarjana.
- 2) Ibu tercinta, terimakasih sebesar besarnya atas segala doa, bantuan, dan semangatnya selama ini. Terimakasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat.
- 3) Teruntuk kakak-kakak dan adiku tercinta, terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini. Terimakasih atas semua doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis.
- 4) Ibu Dwi Artati, S.E., Ak., CA., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
- 5) Terimakasih kepada seseorang pria yang tidak kalah penting kehadirannya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Telah menemani, mendukung, menghibur saya dalam proses penulisan skripsi ini.
- 6) Teman-teman yang selalu memberikan hiburan dan bantuan. Terimakasih

untuk semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Semoga Tuhan senantiasa membalas setiap kebaikan kalian semua.

- 7) Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman.

Kebumen, 27 Januari 2024

Penulis,

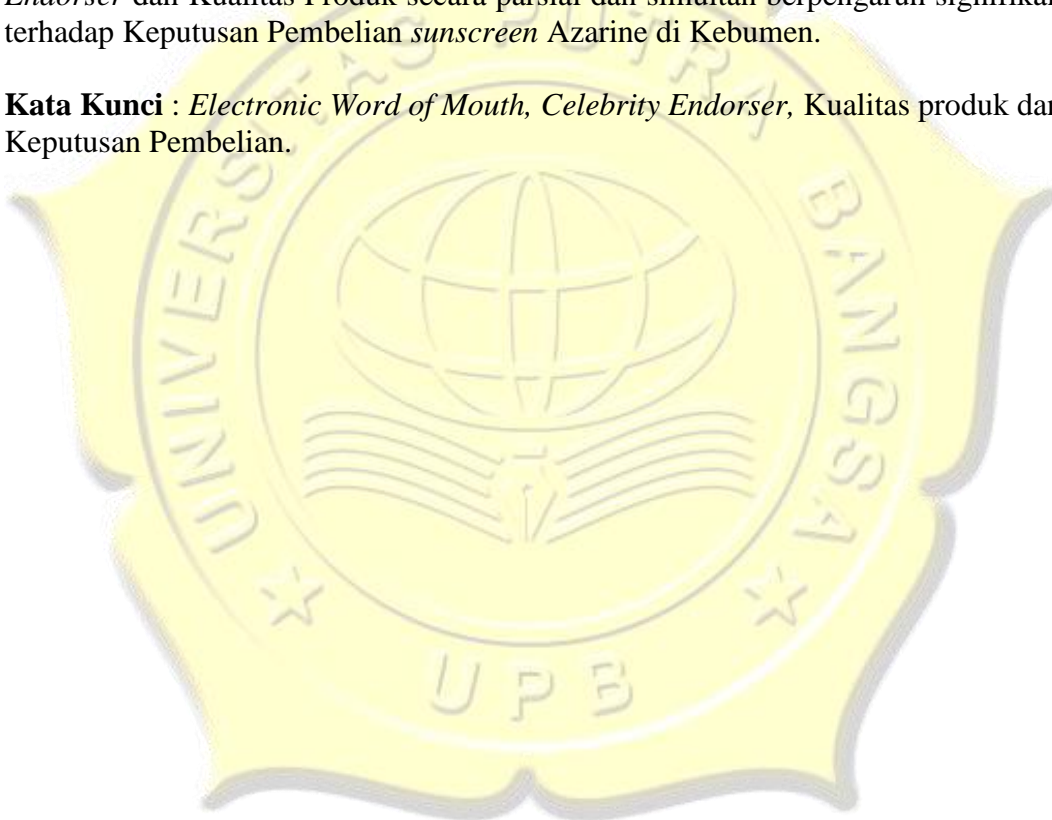


Salsabila Tri Ramadani
NIM. 205504294

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Celebrity Endorser*, dan Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian *sunscreen* Azarine (Studi pada pengguna *sunscreen* Azarine di Kebumen). Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden khususnya wanita yang berada di wilayah Kebumen. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di Kebumen yang sudah pernah membeli dan menggunakan produk *sunscreen* Azarine. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari jawaban responden yang dikumpulkan melalui kuisioner. Metode penelitian yang digunakan yaitu *non - probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan SPSS *for windows* versi 25.0. Hasil penelian ini menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth*, *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *sunscreen* Azarine di Kebumen.

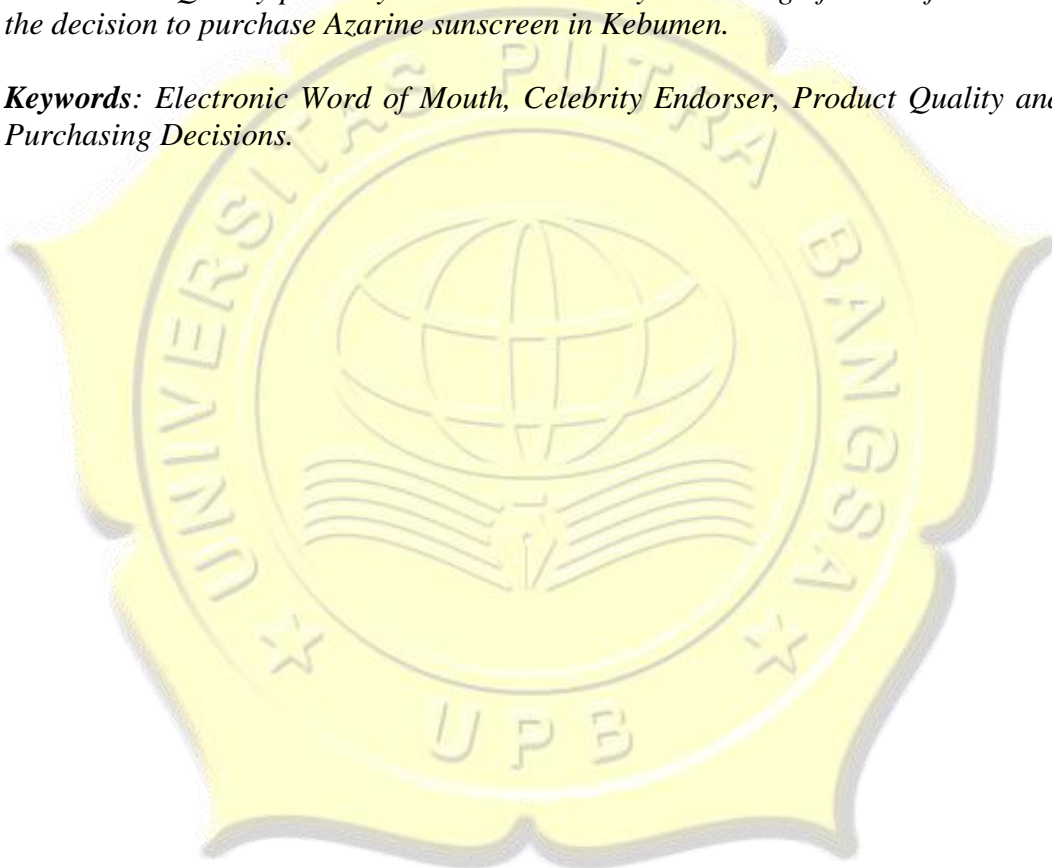
Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth*, *Celebrity Endorser*, Kualitas produk dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser, and product quality on purchasing decisions for Azarine sunscreen (Study of Azarine sunscreen users in Kebumen). This research was conducted by taking a sample of 100 respondents, especially women in the Kebumen area. The population in this study were people in Kebumen who had purchased and used Azarine sunscreen products. The data used in this research is primary data obtained from respondents' answers collected through questionnaires. The research method used is non-probability sampling with purposive sampling technique. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis techniques using SPSS for Windows version 25.0. The results of this research show that Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser and Product Quality partially and simultaneously have a significant influence on the decision to purchase Azarine sunscreen in Kebumen.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser, Product Quality and Purchasing Decisions.*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Segala puji penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Celebrity Endorser*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Sunscreen Azarine* (Studi Pada Pengguna *Sunscreen Azarine* di Kebumen)**

Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Dwi Artati, S.E., Ak., CA., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
3. Seluruh Dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa.
4. Teman-teman angkatan 2020 yang selalu memberikan semangat.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan pada penulisan ini, untuk itu penulis memohon kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi penulis dan seluruh pihak yang membantunya.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Kebumen, 27 Januari 2024

Penulis,



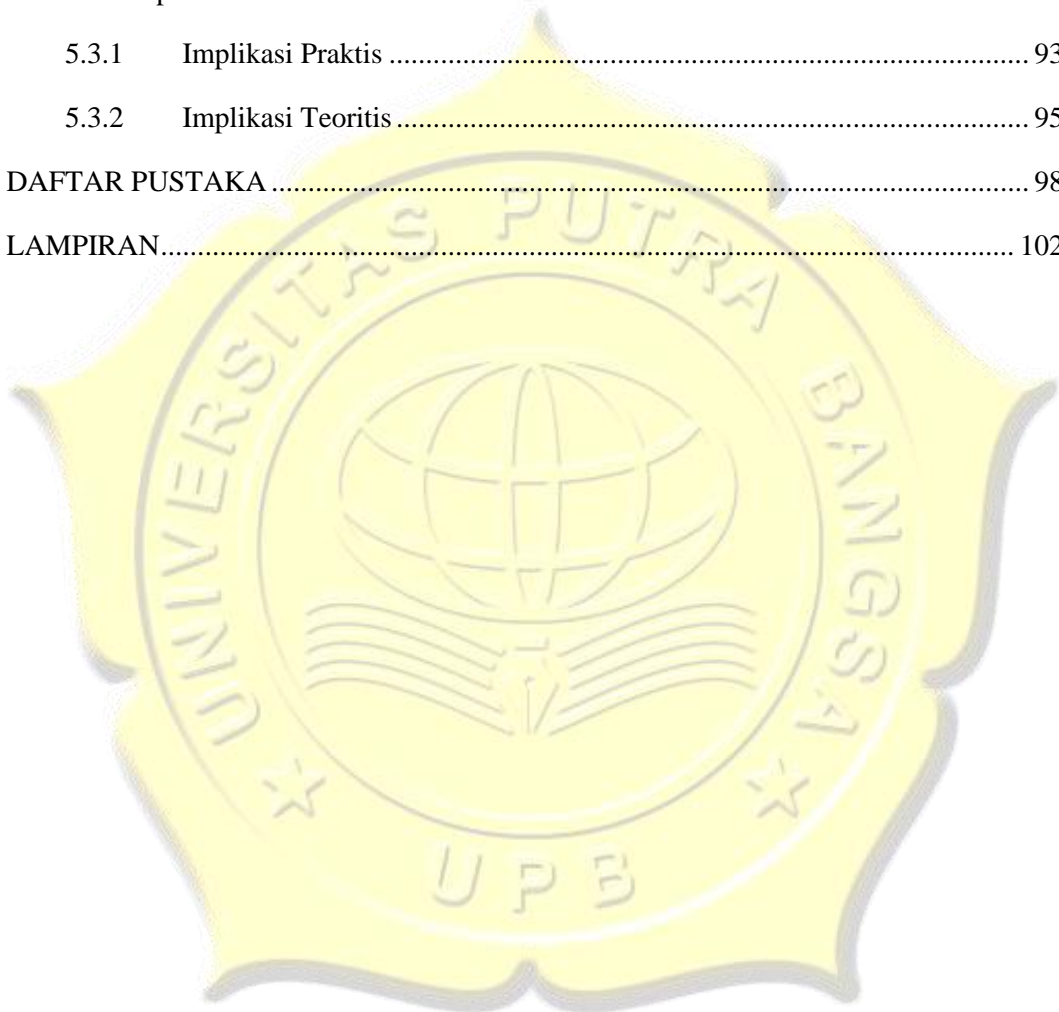
Salsabila Tri Ramadani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Batasan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian	14
1.5. Manfaat Penelitian	15
BAB II.....	16
KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1. Tinjauan Teori.....	16
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	16

2.1.2	<i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	21
2.1.3	<i>Celebrity Endorser</i>	25
2.1.4	Kualitas Produk.....	29
2.2	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	41
2.4	Model Empiris.....	43
2.5	Hipotesis.....	43
BAB III	45
METODE PENELITIAN	45
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	45
3.2	Variabel Penelitian.....	45
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	46
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	49
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6	Populasi dan Sampel.....	53
3.7	Teknik Analisis.....	55
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	55
3.7.2	Analisis Kuantitatif.....	55
BAB IV	66
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	66
4.1.	Analisis Deskriptif.....	66
4.2.	Analisis Statistik.....	71
4.2.1	Uji Instrumen.....	71
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	75
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	80
4.2.4	Uji Hipotesis.....	82

4.3. Pembahasan.....	86
BAB V	91
SIMPULAN	91
5.1. Simpulan	91
5.2. Keterbatasan.....	92
5.3. Implikasi	93
5.3.1 Implikasi Praktis	93
5.3.2 Implikasi Teoritis	95
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	102



DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Top Produk <i>Sunscreen</i> terlaris di <i>E-Commerce</i>	2
Tabel I. 2 Hasil Observasi Keputusan Pembelian <i>Sunscreen</i> Azarine di Kebumen	6
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel III. 1 Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel Keputusan Pembelian	47
Tabel III. 2 Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	47
Tabel III. 3 Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	48
Tabel III. 4 Indikator dan Distribusi Kuisisioner Variabel Kualitas Produk	49
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	68
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	71
Tabel IV. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	72
Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	73
Tabel IV. 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	73
Tabel IV. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	74
Tabel IV. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	75
Tabel IV. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel IV. 11 Hasil Uji Glejser	78
Tabel IV. 12 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	80
Tabel IV. 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
Tabel IV. 14 Hasil Uji Parsial (Uji t)	83
Tabel IV. 15 Hasil Uji Simultan (Uji F)	85
Tabel IV. 16 Tabel Koefisien Determinasi	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Proses Keputusan Pembelian.....	18
Gambar II. 2 Model Empiris.....	43
Gambar IV. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Gambar IV. 2 Hasil Uji Normalitas	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Tabulasi Data

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 9 Tabel r

Lampiran 10 Tabel t

Lampiran 11 Tabel f

Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 13 Kartu Seminar

