

## HALAMAN MOTTO

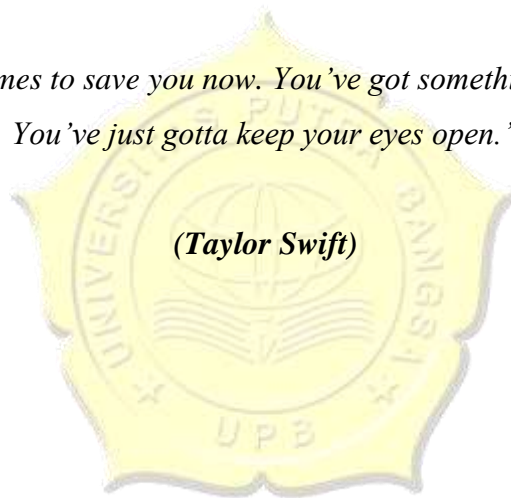
*“Orang lain ga akan paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tau hanya bagian success storiesnya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun ga akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.  
Jadi tetap berjuang ya!”*

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”*

**(Q.S Al-Insyirah, 94:5-6)**

*“Nobody comes to save you now. You’ve got something they don’t.  
You’ve just gotta keep your eyes open.”*

**(Taylor Swift)**

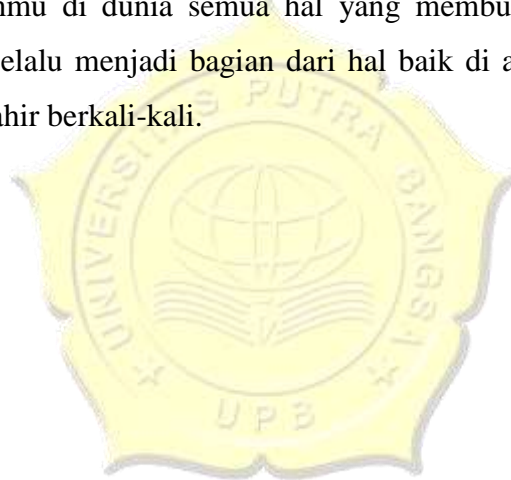


## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda terima kasih yang mendalam kepada :

1. Kepada Allah SWT yang telah memberikan segalanya kepada saya dan teman-teman saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Alm.Ayah saya Drs. Suharto, skripsi ini saya persembahkan untuk beliau yang semasa hidupnya sangat berarti untuk saya. Untuk Ibu Dra.Sri Egowati terima kasih atas ketulusannya dari hati doa yang tidak pernah putus dan terima kasih sekali lagi karena sudah bertahan menjadi ibu tunggal yang luar biasa.
3. Kakak terhebat, An Nisa Al Hakima yang berperan sangat penting di hidup saya. Terima kasih sudah mensupport saya dari awal sampai akhir walau berat tapi tetap mencoba selalu kuat demi adek tercintamu ini wkwkwk.
4. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, S.E., M.Msi selaku dosen pembimbing yang telah sabar dan telaten memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Fadhilah, Arvina, Septi, Nisa Retno, Elisa dan Alfina selaku teman baikku semasa perkuliahan. Terima kasih telah membuat kehidupan perkuliahan terasa begitu cepat dan penuh kebahagiaan. Aku akan selalu merindukan kalian.
6. Siti Nur Isnaeni, makasih yang dulu udah mau setia nemenin dan nungguin aku ujian syarat masuk kampus. Terima kasih juga untuk Ica, Hibah, Kirun yang telah menjadi sahabat dan pendengar yang siap mendengar segala keluh kesah tanpa menghakimi, serta selalu memberikan saran dan masukan untuk segala permasalahan yang aku hadapi, makasiiii karena kalian selalu ada! I love u guys so much:\*
7. Bimasena Pradaya Athallah my nephew, thank you so much for being in my life. Mika sayang kamu.

8. Dan yang terakhir, kepada perempuan sederhana namun terkadang sangat sulit dimengerti isi kepalanya, sang penulis sebuah karya tulis ini, diri saya sendiri, Atika Luthfi Fauziah. Seorang perempuan yang berumur 22 tahun saat menciptakan karya tulis ini namun terkadang sifatnya seperti anak kecil pada umumnya. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini melewati banyaknya rintangan hidup yang tidak tertebak adanya. Terima kasih tetap memilih hidup dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walaupun seringkali ingin mati dan merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Atika. Rayakan selalu kehadiranmu di dunia semua hal yang membuatmu hidup. Pastikan jiwamu selalu menjadi bagian dari hal baik di alam semesta, semoga engkau lahir berkali-kali.



## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM), *Brand Association*, dan *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli pada Konsumen Produk Puan\_Idn (Studi Kasus pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen). Pengumpulan data dengan kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan mengambil sampel 106 responden pada konsumen yang berminat membeli produk Puan\_Idn. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) (X1), *Brand Association* (X2), *Celebrity Endorser* (X3), dan Minat Beli (Y). Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, dan statistik meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 26 for windows. Hasil penelitian menunjukkan semua variabel valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan model memenuhi asumsi normalitas. Variabel *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Puan\_idn, variabel *Brand Association* (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Puan\_idn dan variabel *Celebrity Endorser* (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Puan\_idn, sedangkan variabel *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM), *Brand Association* dan *Celebrity Endorser* secara simultan berpengaruh terhadap minat beli produk Puan\_idn. Nilai Adjusted R<sup>2</sup> persamaan sebesar 0,777 artinya bahwa variabel minat beli (*dependent*) yang dijelaskan oleh variabel *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM), *Brand Association* dan *Celebrity Endorser* (*independent*) dalam penelitian ini sebesar 77,7%, sedangkan sebesar 22,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini.

**Kata kunci:** *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM), *Brand Association*, *Celebrity Endorser* dan Minat Beli.

## **ABSTRACTION**

*This research aims to determine the influence of Electronic Word Of Mouth ( E-WOM), Brand Association, and Celebrity Endorser on consumer purchase Interest in Puan\_idn Product (Case Study in the Community in Kebumen Regency). Collecting data using a questionnaire, this research uses a purposive sampling technique by taking a sample 106 respondents from consumers who are interested in buying Puan\_idn product. The variables used in this research are Electronic Word Of Mouth (E-WOM) (X1), Brand Association (X2), Celebrity Endorser (X3), and Purchase Interest (Y). This research uses descriptive analysis and statistics including validity tests, reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests, multiple linear analysis using the SPSS 26 for Windows program. The research results show that all variables are valid and reliable, there is no multicollinearity, there is no heteroscedasticity and the model meets the assumptions of normality. The Electronic Word Of Mouth (E-WOM) variable (X1), Brand Association variable (X2), and The Celebrity Endorser variable (X3) partially have a significant effect on interest in buying Puan\_idn product meanwhile, the Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Brand Association, and Celebrity Endorser variables simultaneously influence the interest in purchasing Puan\_idn product. The adjusted  $R^2$  value of the equation is 0,777, meaning that the purchase interest is variable (dependent) which is explained by the Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Brand Association, and Celebrity Endorser (independent) in the research amounted to 77,7%, while 22,3% was influenced by variables other not explained by u research.*

**Keywords: Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Brand Association, Celebrity Endorser, and Purchase Interest.**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb. puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, aamiin.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi jenjang Sarjana Manajemen (S1), dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Manajemen Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang di dapat di bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur dengan segenap kemampuan yang ada oleh penulis. Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah ikhlas dalam memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada ;

1. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati., S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran dan masukan dalam penyusunan skripsi.
2. Keluarga tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Perusahaan Puan\_idn yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi.
4. Sahabat-sahabatku serta semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI .....	viii
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	14
2.1. Tinjauan Teori .....	14
2.1.1. Minat beli .....	14
2.1.2. Electronic Word Of Mouth (E-WOM).....	17

2.1.3.	Brand Association .....	20
2.1.4.	Celebrity Endorser .....	22
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	26
2.3.	Hubungan Antar Variabel .....	28
2.4.	Model Empiris .....	29
2.5.	Hipotesis .....	30
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian .....	32
3.2.	Variabel Penelitian .....	32
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	33
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	37
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	378
3.6.	Populasi dan Sampel .....	41
3.7.	Teknik Analisis.....	43
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1.	Analisis Deskriptif.....	50
4.2.	Analisis Statistik.....	53
4.3.	Pembahasan .....	64
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN .....</b>	<b>69</b>
5.1.	Simpulan.....	69
5.2.	Keterbatasan .....	70
5.3.	Implikasi .....	70
5.3.1	Implikasi Praktis .....	70
5.3.2	Implikasi Teoritis .....	71



DAFTAR PUSTAKA..... 1  
LAMPIRAN..... 84



## DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data Penjualan Produk Puan_idn Tahun 2022.....	3
Tabel I-2 Survey Konsumen .....	5
Tabel II-1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Variabel E-WOM pada Kuesioner .....	33
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Variabel Brand Association pada Kuesioner.....	35
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Variabel Celebrity Endorser pada Kuesioner .....	36
Tabel IV-1 Responden Berdasarkan Alamat .....	51
Tabel IV-2 Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel IV-3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel IV-4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y) .....	55
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Variabel E-WOM (X1).....	55
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Association (X2) .....	56
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser (X3) .....	56
Tabel IV-8 Hasil Uji Reliabilitas .....	57
Tabel IV-9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	58
Tabel IV-10 Hasil Uji Regresi Berganda .....	60
Tabel IV-11 Hasil Uji Parsial ( Uji t).....	62
Tabel IV-12 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	63
Tabel IV-13 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II-2 Model Empiris.....	30
Gambar IV-1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	59
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas .....	60



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I : Kuesioner Penelitian

Lampiran II : Data Responden

Lampiran III : Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran IV: Hasil Uji Validitas

Lampiran V: Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran VI : Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran VII : Hasil Uji Hipotesis

Lampiran VIII: Tabel r

Lampiran IX: Tabel t

Lampiran X : Tabel F

Lampiran XI :Kartu Konsultasi Skripsi

Lampiran XII: Kartu Seminar Proposal

