

HALAMAN MOTO

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan “

(QS. Al – Insyirah : 6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan keikhlasan, kekuatan dan kesabaran sehingga Tugas Akhir (Skripsi) ini dapat terselesaikan. Tugas Akhir (Skripsi) ini penulis persembahkan kepada:

1. Keluarga terutama kedua orang tua serta kakak saya yang selalu memberikan doa, kasih sayang serta dukungan yang tiada henti, karenanya penulis dapat belajar dan termotivasi untuk menyelesaikan studi di Universitas Putra Bangsa.
2. Dosen-dosen Universitas Putra Bangsa yang telah membantu melancarkan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini.
3. Seluruh teman-teman yang menjadi partner belajar baik dikelas maupun diluar kelas dan sebagai motivator dalam proses penulisan Tugas Akhir Skripsi.
4. Teman-teman seperjuangan kelas Reguler A, Angkatan 2019 serta semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi saya.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh *celebrity endorser*, *word of mouth* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada pengguna sepatu futsal merek Specs di Kabupaten Kebumen. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner pada 100 responden. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuisioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis yaitu analisis deskriptif dan statistik meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis regresi berganda. Teknik analisis yang digunakan menggunakan bantuan program *SPSS Versi 25 for Windows*. Hasil hipotesis yang diperoleh menunjukkan bahwa secara parsial *celebrity endorser*, *word of mouth* dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Secara simultan *celebrity endorser*, *word of mouth* dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Celebrity endorser*, *word of mouth*, *brand image* dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to test and determine the influence of celebrity endorser, word of mouth and brand image on purchasing decisions. This research was conducted on users of specs brand futsal shoes in kebumen district. Data collection was carried out through distributing questionnaires to 100 respondents. Instrument or data collection tool in this study is to use a questionnaire. This study used analytical techniques, namely descriptive and statistical analysis including validity test, reability test, classical assumption test, hypothesis testing and multiple regression analysis. The analysis technique used is the help of the SPSS version 25 for windows program. The result of the hypothesis obtained show that partially celebrity endorser, word of mouth and brand image have a significant effect on purchasing decisions, Simultaneously celebrity endorser, word of mouth and brand image have a significant effect on purchasing decisions.

Keyword : celebrity endorser, word of mouth, brand image, and purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, amin.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjan Manajemen pada program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat pada bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literature. Namun penulis sangar sadar bahwa dalam penulisan ini tentu masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua karena masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan fisik, memberikan bantuan tenaga, bantuan pikiran, bantuan motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengn baik.

2. Keluarga besar, terutama kedua orang tua yang selalu senantiasa mendoakan, membimbing, memotivasi dan memperjuangkan dengan segala kemampuannya, agar putra putranya mendapatkan ilmu yang bermanfaat dan berakhlak mulia.
3. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Semua responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi data kuesioner yang sangat diperlukan dalam keberlangsungan penulisan skripsi.
5. Semua pihak yang yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 25 Mei 2023

Penulis

Bayu Bagus Saputro

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS DAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN MOTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1 Tinjauan Teori.....	17
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.2 <i>Celebrity Endorser</i>	22
2.1.3 <i>Word of Mouth</i>	26
2.1.4 <i>Brand Image</i>	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	45
2.4 Model Empiris.....	49
2.5 Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	51

3.1.1	Objek Penelitian	51
3.1.2	Subjek Penelitian.....	51
3.2.	Variabel Penelitian	51
3.3.	Definisi Operasional Variabel	52
3.3.1	Keputusan Pembelian (Y)	52
3.3.2	<i>Celebrity Endorser</i>	53
3.3.3	<i>Word of Mouth</i>	54
3.3.4	<i>Brand Image</i>	55
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	56
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5.1	Jenis Data	56
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.6.	Populasi dan Sampel	58
3.6.1	Populasi	58
3.6.2	Sampel.....	59
3.7.	Teknik Analisis.....	60
3.8.	Alat Analisis Data	61
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	70
4.1	Analisis Deskriptif.....	70
4.2	Analisis Statistik.....	74
4.3	Pembahasan	87
BAB V	SIMPULAN	91
5.1	Simpulan.....	91
5.2	Keterbatasan	92
5.3	Implikasi.....	92
5.3.1	Implikasi Praktis	92
5.3.2	Implikasi Teoritis	94
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Produk Sepatu Unggulan di Indonesia	3
Tabel I- 2 Survey Penjualan Merek Sepatu Futsal Lokal di Toko Olahraga di Kebumen “Omah Sports”	4
Tabel I- 3 Hasil Observasi yang mempengaruhi Pembelian Produk Sepatu Futsal Merek Specs di Kebumen	9
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel III- 1 Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel III- 2 Indikator Variabel Celebrity Endorser (X1)	54
Tabel III- 3 Indikator Variabel Word of Mouth (X2)	55
Tabel III- 4 Indikator Variabel Brand Image (X3).....	55
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	72
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	74
Tabel IV- 5 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	75
Tabel IV- 6 Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser	76
Tabel IV- 7 Uji Validitas Variabel Word of Mouth.....	76
Tabel IV- 8 Uji Validitas Variabel Brand Image	77
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reabilitas.....	78
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	79
Tabel IV- 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	82
Tabel IV- 12 Hasil Uji t	84
Tabel IV- 13 Hasil Uji Simultan (Uji f)	85
Tabel IV- 14 Hasil Uji Determinasi (R ²).....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	49
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heterokedastisitas	80
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner penelitian.....	101
Lampiran 2 Data Responden.....	105
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	107
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	113
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas.....	115
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	116
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis regresi berganda.....	117
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	117
Lampiran 9 Tabel r.....	119
Lampiran 10 T tabel.....	120
Lampiran 11 Tabel f.....	121
Lampiran 12 Kartu bimbingan skripsi	123
Lampiran 13 Kartu seminar proposal skripsi	124