

PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

RUTH NATALINA

1705618069



Penelitian Ini Dilakukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

**THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE AND
WORD OF MOUTH ON PURCHASE DECISION**

RUTH NATALINA

1705618069



*This Research was Written to Fulfill One of the Requirements for Bachelor
Degree of Management in Faculty of Economics at State University of Jakarta*

BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

ABSTRAK

Ruth Natalina, 1705618069, 2022; Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image* dan *Word of Mouth* terhadap *Purchase Decision*. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M dan Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser* terhadap *word of mouth* MS Glow. 2) Untuk menganalisis pengaruh *brand image* terhadap *word of mouth* MS Glow. 3) Untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser* terhadap *brand image* MS Glow. 4) Untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser* terhadap *purchase decision* MS Glow. 5) Untuk menganalisis pengaruh *brand image* terhadap *purchase decision* MS Glow. 6) Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap *purchase decision* MS Glow. 7) Untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser* dan *word of mouth* terhadap *purchase decision* MS Glow. 8) Untuk menganalisis pengaruh *brand image* dan *word of mouth* terhadap *purchase decision* MS Glow. 9) Untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser, brand image dan word of mouth* terhadap *purchase decision* MS Glow. Objek pada penelitian ini yaitu 200 responden pelanggan di DKI Jakarta yang telah menggunakan produk MS Glow, dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis LISREL Versi 8.8.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser, Brand Image, Word of mouth, Purchase Decision, MS Glow.*

ABSTRACT







RUTH NATALINA, 1705618069, 2022. *The Influence of Celebrity Endorser, BrandImage, Word of Mouth on Purchase Decision. Faculty of Economics, Jakarta State University, Advisory Team : Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M and Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D.*

The aims of this study are: 1) To analyze the significant effect of celebrity endorser on word of mouth MS Glow. 2) To analyze the significant effect of brand image on word of mouth MS Glow. 3) To analyze the significant effect of celebrity endorser on brand image MS Glow. 4) To analyze the significant effect of celebrity endorser on purchase decision MS Glow. 5) To analyze the significant effect of brand image on purchase decision MS Glow. 6) To analyze the significant effect of word of mouth on purchase decision MS Glow. 7) To analyze the significant effect of celebrity endorser and word of mouth on purchase decision MS Glow. 8) To analyze the significant effect of brand image and word of mouth on purchase decision MS Glow. 9) To analyze the significant effect of celebrity endorser, brand image and word of mouth on purchase decision MS Glow. The object of this research is 200 customer respondents in DKI Jakarta using MS Glow product, using purposive sampling technique. The data collection technique used is distributing questionnaires. This study uses a Structural Equation Model (SEM) approach based on LISREL version 8.8.

Keywords: Celebrity Endorser, Brand Image, Word of mouth, Purchase Decision, MS Glow.

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
			
Prof. Dr. Ari Saptono. SE., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr Osly Usman, M.Bus NIP 197401152008011008 (Ketua Penguji)		20 Feb 2023
2	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP 197002122008121001 (Penguji 1)		25 Jan 2023
3	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M NIP 199308272020122024 (Penguji 2)		7 Feb 2023
4	Agung Kresnamurti P, S.T., M.M NIP 197404162006041001 (Pembimbing 1)		19 Jan 2023
5	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D NIP 197412212008121001 (Pembimbing 2)		29 Jan 2023
Nama : Ruth Natalina No. Registrasi : 1705618069 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 2 Desember 2022			

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 28 Desember 2022

Yang Membuat Pernyataan



Ruth Natalina

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

NIM : Ruth Natalina
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen
Alamat email : ruthns1220@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul : **Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image dan Word of mouth* terhadap *Purchase Decision***

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Februari 2023

Penulis

Ruth Natalina

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya yang telah memberikan kelancaran serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, Judul penelitian proposal skripsi ini adalah “Pengaruh, *Celebrity Endorser*, *Brand Image* dan *Word of Mouth* terhadap *Purchase Decision MS Glow*”.

Penulisan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat dilalui karena penulis mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr Ari Saptono S.E., M.P.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Suherman, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M. Selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
4. Bapak Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D. Selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan karyawan FE UNJ khususnya pada prodi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan.
6. Kedua orang tua atas doa, dukungan serta motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan studi.
7. Sahabat dan teman-teman mahasiswa Manajemen 2018, terkhusus Manajemen C 2018 yang senantiasa memberikan semangat untuk menyelesaikan penulisan penelitian skripsi ini.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidaklah sempurna, apabila nantinya terdapat kekeliruan di dalamnya, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran demi perbaikan tulisan ini di masa mendatang. Penulis juga berharap penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, Mei 2022

Ruth Natalina

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Deskripsi Konsep.....	12
2.1.1 <i>Purchase Decision (Y)</i>	12
2.1.2 <i>Celebrity Endorser (X1)</i>	14
2.1.3 <i>Brand Image (X2)</i>	16
2.1.4 <i>Word of Mouth (X3)</i>	19
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	20
2.3 Kerangka Penelitian.....	36
2.3.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	36
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	37
2.3.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Brand Image</i>	38

2.3.4 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	39
2.3.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	40
2.3.6 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	41
2.3.7 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dan <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	41
2.3.8 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	42
2.3.9 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> , <i>Brand Image</i> dan <i>Word of mouth</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	43
2.4 Kerangka Penelitian.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian.....	46
3.3 Populasi Sampel.....	46
3.3.1 Populasi.....	46
3.3.2 Sampel.....	46
3.4 Operasional Variabel.....	47
3.4.1 Variabel Bebas.....	47
3.4.2 Variabel Terikat.....	47
3.5 Skala Pengukuran.....	52
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.7 Teknik Analisis Data.....	52
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	53
3.7.2 Uji Validitas.....	53
3.7.3 Uji Reliabilitas.....	54
3.7.4 Uji Kesesuaian Model.....	54
3.8 Uji Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58

4.1 Deskripsi Data.....	58
4.2 Hasil Analisis Data.....	60
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	60
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
4.2.3 Confirmatory Factor Analysis.....	67
4.2.4 Fit Model.....	77
4.3 Uji Langsung Dan Tidak Langsung.....	78
4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Implikasi Manajerial.....	89
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	91
5.4.1 Saran Praktis.....	91
5.4.2 Saran Teoritis.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	103
RIWAYAT HIDUP.....	126