

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, ELECTRONIC WORD
OF MOUTH, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK GAMIS SECARA ONLINE
BOUTIQUE HASNALIYA HIJAB DI CIKARANG**

SKRIPSI



**OLEH:
SILVIA HIDAYATUSOLIHA
112010294**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, ELECTRONIC WORD
OF MOUTH, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK GAMIS SECARA ONLINE
BOUTIQUE HASNALIYA HIJAB DI CIKARANG**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana S1

SKRIPSI



OLEH
SILVIA HIDAYATUSOLIHA
112010294

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Silvia Hidayatusoliha
NIM : 112010294
Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorser, Elektronik Word of Mouth*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gamis Hasnaliya Hijab Di Cikarang.

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 27 Juli 2024

Pembimbing,



Etty Zuliawati Zed.,S.E.,M.M.
0416077402

SKRIPSI

PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, E-WORD OF MOUTH, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GAMIS SECARA ONLINE BOUTIQUE HASNALIYA HIJAB DI CIKARANG

Dipersembahkan dan disusun oleh:
Silvia Hidayatusoliha
112010294

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 27, bulan Juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,
Nama :Dr. Nur' Aeni.,S.E.,M.Si.
NIDN : 0405127503

Tanda Tangan


Anggota Penguji
Nama : Sri Wahyuningsih.,S.E.,M.M.
NIDN: 0428067704

Tanda Tangan

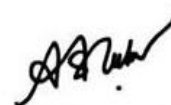

Mengetahui

Ka.Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,M.Sc.
NIDN: 0406068402

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M.
NIDN:0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Silvia Hidayatusoliha
NIM	: 112010294
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 27 Juli 2024



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Hai orang-orang yang beriman, jadikannlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar”

(Al-Baqarah: 153)

“Sukses adalah ketika kita bisa menjadi diri sendiri dan melakukan yang terbaik.”
– Imam Al-Ghazali

“Sukses bukanlah milik orang yang tidak pernah gagal, tetapi orang yang tidak pernah menyerah setelah gagal.” – Abraham Lincoln

Karya ini kupersembahkan buat:

1. Kedua orang tua saya tercinta, kakek, nenek, semua saudara dan yang telah memberikan do'a dan dukungan kepada saya.
2. Terimakasih untuk teman-teman semuanya yang selalu menyemangati dan menemani saya.
3. Terimakasih untuk bapak dan ibu guru atas semua bimbingan, ilmu dan arahnya selama ini.
4. Terimakasih kepada coki ku yang selalu menghibur selama ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil ‘alamin, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT tuhan yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat dan pertolongan-Nya saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word Of Mouth, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gamis Hasnaliya Hijab Di Cikarang”.

Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa. Penulis proposal ini dapat terlaksana dan terselesaikan dengan baik berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Ir.H. Mohammad Mardiyana , M.M., Ph.D selaku pembina yayasan Pelita Bangsa.
2. Bapak Hamzah Muhammad Madiputera.,SKM.,MM.,D.B.A sebagai rektor Universitas Pelita Bangsa.
3. Ibu Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis(FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
4. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS.,S.E.,M.Sc dan Bapak Wachid Hasyim.,S.E.,M.M selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi atau memfasilitasi penulis untuk dapat menulis Skripsi Mahasiswa.
5. Ibu Etty Zuliawati Zed, SE, MM selaku pembimbing utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna,oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu dimasa yan akan datang.

Cikarang, 27 juli 2024

Penulis

Silvia Hidayatusoliha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI.....	iii
LEMBAR KEASLIAN TULISAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	7
2.1.2 Celebrity Endorser.....	11
2.1.3 Electronic Word Of Mouth.....	15
2.1.4 Harga	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	23
2.3.1 Hipotesis.....	23
2.3.2 Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	29
3.1.1 Jenis Penelitian.....	29
3.1.2 Desain Penelitian.....	29
3.2 Waktu dan tempat penelitian	32
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.3.1 Definisi Operasional Variabel	32
3.3.2 Skala Pengukuran Variabel.....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel.....	37
3.5 Jenis Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data	38

3.5.1 Jenis Data	38
3.5.2 Sumber Data	38
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Metode Analisis Data	39
3.6.1 Analisis Outer Model	39
3.6.2 Analisis Inner Model	40
3.6.3 Pengujian Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	43
4.1 Deskripsi Perusahaan	43
4.1.1 Sejarah Singkat Hasnaliya Hijab	43
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Gambaran Umum Responden	44
4.2.2 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	48
4.2.3 Evaluasi Inner Model	55
4.3 Pengujian Hipotesis.....	56
4.4 Pembahasan.....	58
4.4.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.4.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.4.4 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> , <i>Electronic Word Of Mouth</i> , dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gamis Hasnaliya Hijab.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar harga produk Hasnaliya Hijab.....	3
Tabel 1.2 Data Tingkat Penjualan Hasnaliya Hijab	4
Tabel 2.1 Penelian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Defuinisi Operasional Variabel	33
Tabel 3.3 Bobot Penilaian Skala Likert.....	36
Tabel 4.1 Rincian perolehan responden	45
Tabel 4.2 Outer Loading Konstruk Celebrity Endorser	50
Tabel 4.3 Outer Loading Elektronik Word of Mouth	50
Tabel 4.4 Outer Loading Harga.....	51
Tabel 4.5 Outer Loading Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.6 Nilai Outer Loading Selusuh Konstruk	52
Tabel 4.7 croas loading	53
Tabel 4.8 Avarage Varianne extracted (AVE).....	54
Tabel 4.9 fornell-larcker	54
Tabel 4.10 Composite Reability	55
Tabel 4.11 R-Square(R^2)	55
Tabel 4.12 Path coefficient.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Data produk terlaris	2
Gambar 4.1 Logo Hasnaliya	43
Gambar 4.2 Produk Hasnaliya Hijab	44
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	46
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Pendidikan	46
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Gambar 4.7 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	48
Gambar 4.8 Outer Model	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	65
Lampiran 2 Mapping Jurnal	68
Lampiran 3 Data Perolehan Kuesioner	72
Lampiran 4 Hasil Uji Smart Pls	84

THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDOSERS, ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS FOR GAMIS PRODUCTS ONLINE AT BOUTIQUE HASNALIYA HIJAB IN CIKARANG

Silvia Hidayatusoliha)¹
Etty Zuliawati Zed, S.E, M.M)²

Abstract

This study aims to determine the effect of celebrity endorsers, electronic word of mouth, and price on purchasing decisions for gamis products online at Boutique Hasnaliya Hijab in Cikarang. This study uses a quantitative approach with data collection using a questionnaire with a sample of 100 respondents. Based on data processing carried out with the smart PLS4 program, the coefficient of determination (adjusted r square) is 0.620, which means that the celebrity endorser variable, electronic word of mouth and price have an influence on purchasing decisions by 63.2% and the rest is influenced by other variables that are not included in the study. Based on the t test, all variables have a significant value of less than 0.05, which means that all variables simultaneously have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth, Price, Purchase Decision*

PENGARUH CELEBRITY ENDOSER, ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GAMIS SECARA ONLINE BOUTIQUE HASNALIYA HIJAB DI CIKARANG

(Silvia Hidayatusoliha)¹

(Etty Zuliawati Zed, S.E, M.M)²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh celebrity endorser, electronic word of mouth, dan harga terhadap keputusan pembelian produk gamis secara online Boutique Hasnaliya Hijab di Cikarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan sampel sebanyak 100 orang responden. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan dengan program smart PLS4, diperoleh nilai koefisien determinasi (adjusted r square) sebesar 0,620 yang artinya variabel celebrity endorser, electronic word of mouth dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 63,2% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian. Berdasarkan uji t, semua variabel memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 yang artinya semua variabel secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth, Harga, Keputusan Pembelian