

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *ELEKTRONIC WORDS OF MOUTH* TERHADAP NIAT BELI DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PRODUK WARDAH *LIGHTENING SERUM*
(Studi Kasus Pada Produk Wardah *Lightening Serum*)**

SKRIPSI



OLEH:
DESVY NOVA KHAERUNNISA
112011089

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

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *ELEKTRONIK WORDS OF MOUTH* TERHADAP NIAT BELI DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PRODUK WARDAH *LIGHTENING SERUM*
(Studi Kasus Pada Produk Wardah *Lightening Serum*)**

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

SKRIPSI



OLEH:
DESVY NOVA KHAERUNNISA
112011089

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Desvy Nova Khaerunnisa
NIM : 112011089
Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Elektronic Words Of Mouth* Terhadap Niat Beli Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Moderasi Pada Produk Wardah *Lightening Serum*

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

Bekasi, 23 Juni 2024

Pembimbing



Edy Saptono S.H., M.B.A

NIDN : 0412118305

SKRIPSI

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN ELEKTRONIC
WORDS OF MOUTH TERHADAP NIAT BELI DENGAN CITRA
MEREK SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PRODUK
WARDAH LIGHTENING SERUM
(Studi Kasus Pada Produk Wardah *Lightening Serum*)**

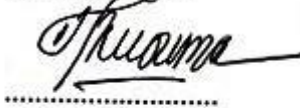
Dipersiapkan dan disusun oleh :
Desvy Nova Khaerunnisa
112011089

Telah dipertahankan di depan 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

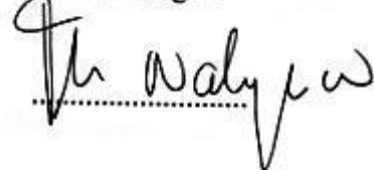
Ketua Penguji,
Dadang Heri Kusumah, S.IP., M.Si
NIDN : 0429116401

Tanda Tangan



Ketua Penguji,
Tri Wahyu Wirjawan, S.E., M.M
NIDN : 0404046906

Tanda Tangan



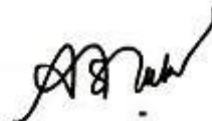
Mengetahui,

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 bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desvy Nova Khaerunnisa

NIM : 112011089

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana 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 sanksisanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 23 Juni 2024



Desvy Nova Khaerunnisa

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan Allah adalah sebaik-baiknya pelindung”

(Q.S Ali Imran : 173)

“Dan janganlah kamu berputus asa dari Rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari Rahmat Allah melainkan orang- orang yang kufur”

(Q.S Yusuf : 87)

"Sungguh, shalat itu adalah kewajiban yang ditentukan waktunya atas orang-orang yang beriman."

(QS. An Nisa: 103)

“Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah hati menjadi tentram”

(Surah Ar-Rad ayat 28)

Persembahan:

1. Kedua orang tuaku, Ibuku tercinta, adik, keluarga, yang telah memberikan support beserta doa dalam penyelesaian tugas akhir skripsi.
2. Bapak Edy Saptono, SH., M.B.A selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan Skripsi.
3. Bapak Dr.Rahmat Hidayat S.Pd., M.M Selaku DPA MA. 20 C.15.

4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga selama menempuh pembelajaran di Universitas Pelita Bangsa.
5. Abdul Azis, yang telah memberikan support dan membantu dalam proses penyelesaian skripsi.
6. Putri Aprilia, Sri Evita Yanti, Triski Ayu Kintania, Merry Fidiya Astuti, Irna Sabatini, M.Ikbal Rudin, Wegi Apriadi, sebagai sahabat seperjuangan dalam penyusunan skripsi.
7. Rekan Kerja SDIT Khoirul Ummah yang telah membantu dalam proses penyelesaian tugas Akhir Skripsi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Proposal Skripsi judul “*Pengaruh Celebrity Endorser Dan Elektronik Words Of Mouth Terhadap Niat Beli Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Moderasi Pada Produk Wardah Lightening Serum*”. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu berkat dukungan pihak keluarga khususnya Ibu yang selalu mendoakan, menemani dan membantu biaya pendidikan. Serta dari berbagai pihak yang telah membimbing dan memberi dukungan.

Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi - tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Edy Saptono SH., M.B.A. selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi dengan sebaik mungkin.
2. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS., S.E., M.Sc. dan Bapak Wachid Hasyim selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis Tugas Akhir/Skripsi Mahasiswa.
3. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti., S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
4. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera., SKM., MM. , D . B . A sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.

5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati, dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi.
6. Orang tuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, menjaga, membesarkan serta mendoakann penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang orang Beriman, Aamiin Yaa Rabbal'alamiin
7. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan saat-saat diskusi bersama di masa perkuliahan.
8. Seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan adminitrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Sahabat – sahabat seperjuangan saya, Putri Aprilia, Merry Fidiya Astuti, Wegi Apriadi, Irna Sabatini, M. Iqbalul Anwar, Sri Evita Yanti, Triski Ayu Kintania R, Dimas Yogi Pratama.
10. 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 kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga tugas skripsi ini bisa diterima dikhalayak dan bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 23 Juni 2024

Penulis,

Desvy Nova Khaerunnisa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Niat beli.....	15
2.1.1.1 Pengertian Niat beli	15
2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Niat beli.....	16
2.1.1.3 Indikator Niat beli	16
2.1.2 <i>Celebrity Endorser</i>	18
2.1.2.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	18
2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Celebrity Endorser</i>	20
2.1.2.3 Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	22
2.1.3 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	22
2.1.3.1 Pengertian Dunia <i>Elektronik Word Of Mouth</i>	22
2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Elektronik Word Of Mouth</i>	25
2.1.3.3 Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i>	26
2.1.4 Citra Merek	26
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek.....	26
2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	29
2.1.4.3 Indikator Citra Merek	29
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	30
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	33
2.2.1 Hipotesis.....	33
2.2.2 Model Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	39
3.1.1 Jenis Penelitian.....	39

3.1.2 Tempat dan Waktu Penelitian	41
3.1.3 Desain Penelitian.....	41
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	45
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.3 Metode Pengambilan Sampel	52
3.3.1 Populasi	52
3.3.2 Sampel.....	52
3.4 Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data.....	54
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	54
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	55
3.4 Metode Analisis.....	56
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian	56
3.5.1.1 Analisis Outer Model	56
3.5.1.2 Analisa Struktural Model (Innel Model).....	58
3.5.2 Analisis Deskriptif	59
3.5.3 Uji Hipotesis.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Hasil Penelitian.....	61
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	61
4.1.1.1 Prinsip Wardah.....	61
4.1.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	63
4.1.2 Karakteristik Reponden Sebagai Gambaran Umum Serum <i>Lightening</i> Wardah.....	64
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	65
4.1.3.1 Niat beli	65
4.1.3.2 <i>Celebrity Endorser</i>	68
4.1.3.3 <i>Electronic Word of Mouth</i>	71
4.1.3.4 Citra Merek.....	75
4.1.4 Hasil Deskriptif Teori Hasil Pengolahan Data Penelitian.....	78
4.1.4.1 Uji Kelayakan Data	79
4.1.4.2 Uji Analisa Data	87
4.2 Pembahasan	93
BAB V PENUTUP	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN SKRIPSI.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Prasurvey Niat Beli Wardah Lightening	10
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 3. 3 Skala Likert	56
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Penelitian	64
Tabel 4. 2 Hasil Uji Deskriptif Variabel Niat beli	66
Tabel 4. 3 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	68
Tabel 4. 4 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	71
Tabel 4. 5 Hasil Uji Deskriptif Variabel Citra Merek	75
Tabel 4. 6 Outer Loading	80
Tabel 4. 7 Average Variance Extracted (AVE).....	85
Tabel 4. 8 Output Laten Variabel.....	86
Tabel 4. 9 Construct Reliability dan Validity	87
Tabel 4. 10 Tabel Path Coefficient dan P- Values	88
Tabel 4. 11 Tabel R- Square.....	89
Tabel 4. 12 <i>Communalities</i>	90
Tabel 4. 13 Uji Validitas	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Brand Lokal Kosmetik Paling Banyak Digunakan (2020)	3
Gambar 1. 2 Indeks Merek Produk Serum Teratas	4
Gambar 2. 1 Model Penelitian	38
Gambar 3. 1 Definisi Penelitian	42
Gambar 4. 1 Hasil Uji SEM- PLS	79
Gambar 4. 2 Hasil Uji Bootstrapping	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Analisis Temuan Data Dan Fenomena (Top Brand)	108
Lampiran 2 Mapping Artikel Penelitian	109
Lampiran 3 Lembar Kuesioner	112
Lampiran 4 Hasil Kuesioner	119
Lampiran 5 Karakteritik responden	134
Lampiran 6 Hasil Olah Data	136
Lampiran 7 Karakteristik Responden.....	138

***The Influence Of Celebrity Endorsers And Electronic Word Of Mouth
On Purchase Intention With Brand Image As A Moderation Variable
In Wardah Lightening Serum***

Desvy Nova Khaerunnisa¹
Edy Saptono²

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of celebrity endorsers and electronic word of mouth on purchase intention with brand image as a moderating variable in wardah lightening serum products. The type of research used in this research is quantitative research. The objects of this research are FEB students at Pelita Bangsa University and consumers who use Wardah products, especially in Bekasi Regency. Data collection techniques use primary data sources and are supported by secondary data types, namely second party data to support primary data types and secondary data such as publication results, media or other research, namely by conducting a literature study of relevant previous research articles to determine the hypothesis of 2 independent variables, namely celebrity endorser, electronic word of mouth, and citra merek as moderating variables that influence the dependent variable of interest in purchasing wardah products using expert theories, and articles relevant to research. The method used is non-probability sampling with purposive sampling technique. The data analysis used in this research is descriptive statistical analysis, inferential analysis using SmartPLS version 3.0. Data was collected using a questionnaire via a Likert scale which was distributed to 140 respondents in Bekasi Regency. The final data results will be tested again with validity and reliability tests, namely feasibility tests or regression tests using SEM Structural Equation Modeling regression analysis using Partial Last Square (PLS) software version 3.0

Keywords: *Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth, Brand Image, Purchase Intention*

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *ELEKTRONIK WORDS OF MOUTH* TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PRODUK WARDAH *LIGHTENING* SERUM

Desvy Nova Khaerunnisa¹
Edy Saptono²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* dan *elektonic word of mouth* terhadap niat beli dengan citra merek sebagai variabel moderasi pada wardah *lightening* serum. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa FEB Universitas Pelita Bangsa dan konsumen yang menggunakan produk wardah terkhususnya di Kabupaten Bekasi. Teknik pengumpulan data menggunakan sumber data primer serta didukung jenis data sekunder, yakni data dari pihak kedua untuk mendukung jenis data primer dan data sekunder seperti hasil publikasi media atau penelitian lain yaitu dengan melakukan studi pustaka pada artikel-artikel penelitian terdahulu yang relevan dengan penentuan hipotesa dari 2 variabel independen yaitu *celebrity endorser*, *electronic word of mouth*, dan citra merek sebagai variabel moderasi berpengaruh pada variabel dependen niat beli produk Wardah menggunakan teori-teori pakar dan artikel relevan dengan penelitian.

Metode yang digunakan adalah non- probability sampling dengan Teknik purposive sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistic deskriptif, analisis inferensial menggunakan SmartPLS versi 3.0. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui skala likert yang dibagikan kepada responden dengan total 140 responden di Kabupaten Bekasi. Hasil data terakhir akan diuji kembali dengan uji validitas dan reabilitas yaitu uji kelayakan atau uji regresi dengan menggunakan analisis *Struktural Equation Modelling* SEM regresi dengan menggunakan *software Partial Last Square* (PLS) versi 3.0

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, *Electronic Word of Mouth*, Citra Merek, Niat beli