

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* YANG DIMEDIASI OLEH *BRAND IMAGE*: STUDI KASUS DALAM KONTEKS IKLAN *CELEBRITY ENDORSEMENT* PADA E-COMMERCE

AUFAR PUTRA RAMADHAN

1705617076



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

***THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER AND
ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON PURCHASE INTENTION
MEDIATED BY BRAND IMAGE: CASE STUDY ON CONTEXT
OF E-COMMERCE ADS WITH CELEBRITY ENDORSEMENT***

AUFAR PUTRA RAMADHAN

1705617076



***This is written as one of the requirements for getting Bachelor of
Management Degree on Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta***

BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

ABSTRAK

Aufar Putra Ramadhan, 2022; Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Intention* yang Dimediasi oleh *Brand Image*: Studi Kasus dalam Konteks Iklan *Celebrity Endorsement* pada *E-Commerce*. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dra. Basrah Saidani, M.Si. dan Shandy Aditya, BIB, MPBS.

Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorsement* terhadap *brand image*, 2) untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap *brand image*, 3) untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap *purchase intention*, 4) untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorsement* terhadap *purchase intention*, 5) untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap *purchase intention*, 6) untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorsement* terhadap *purchase intention* melalui *brand image* sebagai variabel mediasi, 7) untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap *purchase intention* melalui *brand image* sebagai variabel mediasi pada konsumen *e-commerce* di Jakarta. Metode pengumpulan data menggunakan survei dengan instrumen berupa kuesioner. Sampel penelitian ini adalah 200 responden konsumen Shopee yang berdomisili di Jakarta yang pernah melakukan belanja online pada layanan Shopee minimal 2 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir dan aktif menggunakan media sosial minimal 1 jam dalam kurun waktu 1 hari. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 25 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari *software* LISREL versi 8.8. untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan 5 hipotesis dari 7 hipotesis memiliki pengaruh positif signifikan dan 2 hipotesis dari 7 hipotesis memiliki pengaruh positif, namun tidak signifikan.

Kata Kunci: *Celebrity Endorsement, Electronic Word of Mouth, Brand Image, Purchase Intention, E-Commerce, Shopee*


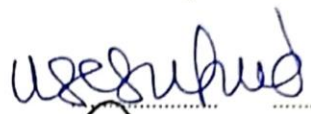

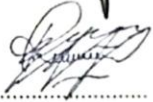



ABSTRACT

Aufar Putra Ramadhan, 2022; *Effect of Celebrity Endorser and Electronic Word of Mouth on Purchase Intention Mediated by Brand Image: A Case Study in the Context of Celebrity Endorsement Advertising on E-Commerce. Thesis, Jakarta: Management S1 Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory Team: Dra. Basrah Saidani, M.Si. and Shandy Aditya, BIB, MPBS.*

This study aims 1) to determine the effect of celebrity endorsement on brand image, 2) to determine the effect of electronic word of mouth on brand image, 3) to determine the effect of brand image on purchase intention, 4) to determine the effect of celebrity endorsement on purchase intention, 5) to determine the effect of electronic word of mouth on purchase intention, 6) to determine the effect of celebrity endorsement on purchase intention through brand image as a mediating variable, 7) to determine the effect of electronic word of mouth on purchase intention through brand image as a mediating variable on e-commerce consumers in Jakarta. The data collection method used a survey with an instrument in the form of a questionnaire. The sample of this research is 200 Shopee consumer respondents who live in Jakarta who have done online shopping on Shopee services at least 2 times in the last 6 months and actively use social media for at least 1 hour in 1 day. The data analysis technique used SPSS version 25 and SEM (Structural Equation Model) from LISREL software version 8.8. to process and analyze research data. The test results in this study showed 5 hypotheses from 7 hypotheses had a significant positive effect and 2 hypotheses from 7 hypotheses had a positive, but not significant, effect.

Keywords: Celebrity Endorsement, Electronic Word of Mouth, Brand Image, Purchase Intention, E-Commerce, Shopee

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
 Prof. Dr. Ari Saptono, SE, M.Pd. NIP 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. NIP 197002122008121001 (Ketua Penguji)	
2	Andi Muhammad Sadat, SE, M.Si., Ph.D. NIP 197412212008121001 (Penguji 1)	
3	Prof. Dr. Mohammad Rizan, SE, MM NIP 197206272006041001 (Penguji 2)	
4	Dra. Basrah Saidani, M.Si. NIP 196301191992032001 (Pembimbing 1)	
5	Shandy Aditya, BIB, MPBS NIP 198404082019031003 (Pembimbing 2)	 
Nama : Aufar Putra Ramadhan No. Registrasi : 1705617076 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 18 Mei 2022			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya merupakan karya 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 dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpanan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 17 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,



Afar Putra Ramadhan

1705617076

LEMBAR 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:

Nama : Aufar Putra Ramadhan
NIM : 1705617076
Fakultas/Prodi : Ekonomi / S1 Manajemen
Alamat email : aufarputra@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* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Intention*
yang Dimediasi oleh *Brand Image*: Studi Kasus dalam Konteks Iklan *Celebrity Endorsement*
pada E-Commerce

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, 31 Agustus 2022

Penulis

(Aufar Putra Ramadhan)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke-hadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin. Skripsi dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Intention* yang Dimediasi oleh *Brand Image*: Studi Kasus dalam Konteks Iklan *Celebrity Endorsement* pada E-Commerce” ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada jurusan S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Suherman, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dra. Basrah Saidani, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam penyusunan Proposal Skripsi.
4. Bapak Shandy Aditya, BIB, MBPS, selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam penyusunan Proposal Skripsi.
5. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan segenap ilmu dan bantuannya selama masa perkuliahan.
6. Ketua Sidang, Sekretaris, serta Penguji Ahli yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran agar skripsi peneliti dapat menjadi lebih baik.
7. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendoakan, mengingatkan, dan memberikan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Para sahabat dan teman-teman kelas S1 Manajemen C 2017 yang seringkali bertukar cerita, memberikan banyak informasi, serta saling menghibur dan menyemangati satu sama lain selama 4 tahun masa perkuliahan ini.
9. Semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti dan pembaca. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam menyusun skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan guna perbaikan di masa yang akan datang.

Jakarta, 17 Februari 2022



Aufar Putra Ramadhan

NIM. 1705617076

