

PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER* DAN *ONLINE*

***CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

PRODUK *MS GLOW* DI JAKARTA

Oleh :

Nama : Lidya Lorensia

NIM : 21180104

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Agustus 2022

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

**PENGARUH KREDIBILITAS *CELEBRITY ENDORSER* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *MS GLOW* DI JAKARTA**

Diajukan oleh :

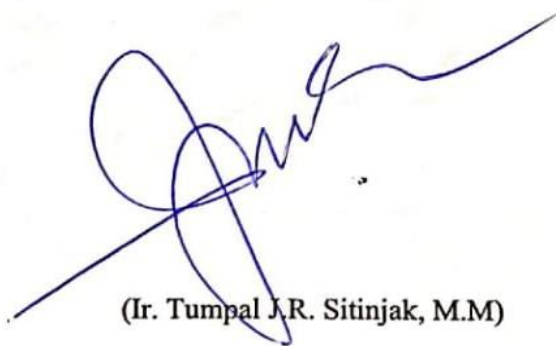
Nama : Lidya Lorensia

NIM : 21180104

Jakarta, 23 Agustus 2022

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M)

ABSTRAK

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Lidya Lorensia / 21180104 / 2022 / Pengaruh kredibilitas *Celebrity Endorser* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Ms Glow* di Jakarta / Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat di masa sekarang menyebabkan konsumen dapat dengan mudah mengetahui informasi dan keberadaan suatu produk. Kondisi ini berpengaruh kepada perusahaan yang dituntut untuk tanggapan dalam memberikan informasi produk dengan jelas agar dapat tangapan positif dari konsumen. Hal ini berkaitan dengan *online customer review* yang sangat penting bagi suatu produk apalagi di jaman digital seperti sekarang. Dengan *online customer review* yang baik dan positif maka perusahaan akan mudah untuk mengkomunikasikan dan mengembangkan produk tersebut. Jika konsumen tidak memiliki keyakinan akan produk maka konsumen tidak akan mencoba produk tersebut.

Teori yang dipakai didalam penelitian ini adalah kredibilitas *celebrity endorser*, *online customer review* dan keputusan pembelian. Ada dua jenis variable yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu *variable independent* dan *dependen*. *Variable independent* terdiri kredibilitas *celebrity endorser* dan *online customer review*, sedangkan *variable dependen* terdiri dari keputusan pembelian.

Objek penelitian ini adalah *Ms Glow*. Metode penelitian yang dipakai adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Data dikumpulkan dengan menyebarkan responden melalui google form kepada 150 responden. Pengambilan sampel dilakukan teknik *judgement sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran kredibilitas *celebrity endorser* sangat baik, *online customer review* sudah baik dan keputusan pembelian meningkat. Kredibilitas *Celebrity endorser* dan *online customer review* terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan supaya *Ms Glow* dapat memilih kredibilitas *celebrity endorser* yang sesuai dengan produk yang dibuat oleh *Ms Glow*, juga memberikan yang terbaik supaya *online customer review* yang diberikan juga baik.

Kata Kunci : Kredibilitas *Celebrity Endorser*, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT



Lidya Lorensia / 21180104 / 2022 / *The Influence of Credibility Celebrity Endorser and Online Customer Review on Purchase Decisions for Ms Glow in Jakarta / Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.*

The development of information technology that is very fast nowadays causes consumers to easily find out information and the existence of a product. This condition affects companies that are required to respond in providing product information clearly in order to get a positive response from consumers. This is related to online customer reviews which are very important for a product, especially in the digital era like now. With good and positive online customer reviews, the company will be easy to communicate and develop these products. If the consumer does not have confidence in the product, the consumer will not try the product.

The theory used in this research is credibility celebrity endorser, online customer review and purchase decision. There are two types of variables used in this study, namely independent and dependent variables. The independent variable consists of credibility celebrity endorsers and online customer reviews, while the dependent variable consists of purchasing decisions.

The object of this research is Ms Glow. The research method used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Data were collected by distributing respondents via google form to 150 respondents. Sampling was done by judgment sampling technique.

The results of this study indicate that the credibility of celebrity endorsers have a positive and significant effect on purchasing decisions and online customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions.

This study concludes that the role of credibility celebrity endorsers is very good, online customer reviews are good and purchasing decisions increase. Credibility Celebrity endorsers and online customer reviews have been shown to have a positive effect on purchasing decisions. Based on the results of the study, the researcher suggested that Ms Glow could choose a credibility celebrity endorser that was in accordance with the products made by Ms Glow, also gave the best so that the online customer reviews given were also good.

Keywords: *Credibility Celebrity Endorser, Online Customer Review, Purchase Decision*

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kredibilitas selebritas endorser, ulasan pelanggan online, dan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Data dikumpulkan dengan cara membagikan kuisioner kepada responden melalui google form ke 150 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik judgment sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas selebritas endorser, ulasan pelanggan online, dan keputusan pembelian memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Ms Glow memilih selebritas endorser yang sesuai dengan produk yang dibuatnya, serta memberikan ulasan terbaik agar ulasan pelanggan online yang diberikan juga baik.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Ucapan puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Ms Glow* di Jakarta” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan yang peneliti hadapi, namun pada akhirnya bisa terselesaikan berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti selama menempuh studi.
3. Kedua orang tua dan keluarga besar peneliti yang senantiasa mendukung, menghibur, dan mendoakan peneliti selama proses penyusunan skripsi.
4. Vanni Febrianni, Jason Hadibrata, Natalia prasetya, Tania Sunadi, Rifda Anbar, Diana Permata, serta Jimmy Kusuma selaku sahabat terdekat peneliti yang senantiasa memberikan bantuan, dukungan dan hiburan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.



Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti sangat menghargai setiap kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, Maret 2022

Peneliti

Lidya Lorensia

DAFTAR ISI

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	3
ABSTRACT.....	4
KATA PENGANTAR.....	6
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
D. Batasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
E. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
F. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
G. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
F. Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN...	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
C. Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang menjiptip sebagian atau seluruhnya tulisan ini tanpa mencantumkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1 14</p> <p>Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2 15</p> <p>Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3 15</p> <p>Tabel 2.4 Diagram Kerangka Pemikiran 17</p> <p>Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i> 20</p> <p>Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel <i>Online Customer Review</i> 21</p> <p>Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian 22</p> <p>Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Recliabilitas Variabel Kredibilitas <i>Celebrity Endorser, Online Customer Review</i> dan Keputusan Pembelian 34</p> <p>Tabel 4.2 Mean dan Confidence Interval Variabel Kredibilitas <i>Celebrity Endorser</i> 35</p> <p>Tabel 4.3 Mean dan Confidence Interval Variabel Online Customer Review 37</p> <p>Tabel 4.4 Mean dan Confidence Interval Variabel Keputusan Pembelian 39</p> <p>Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 42</p> <p>Tabel 4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik 43</p> <p>Tabel 4.7 Hasil Uji F 44</p> <p>Tabel 4.8 Hasil Uji t 44</p>
--	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Produk Skincare Paling Laku	2
Gambar 4.1	Logo Ms Glow	32
Gambar 4.2	Produk Ms Glow	33
Gambar 4.3	Produk Ms Glow	33

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	53
Lampiran 2	Data Kuesioner (N=150)	55
Lampiran 3	Hasil Output Validitas Reliabilitas	58
Lampiran 4	Hasil Output Analisis Deskriptif	60
Lampiran 5	Hasil Output Pengujian Persamaan Regresi Linear Berganda	63
Lampiran 6	Hasil Output Pengujian Asumsi Klasik	64
Lampiran 7	Hasil Output Uji F	65
Lampiran 8	Hasil Output Uji T	65



1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan seluruh atau sebagian dari isi atau gambar yang terkandung dalam publikasi ini tanpa izin tertulis dari penyalin atau penggunaannya.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.