

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *FLASH SALE* PROMOSI, DAN
WEBSITE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINTIFIC PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**Oleh : Ria Lestari
2010411144**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *FLASH SALE* PROMOSI, DAN
WEBSITE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC
PADA *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**Oleh : Ria Lestari
20.1041.1144**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ria Lestari

NIM : 2010411144

Prodi : Manajemen

Menyatakan bahwa sebenar-benarnya karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT, FLASH SALE PROMOSI, DAN WEBSITE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC PADA MARKETPLACE SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER)**; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 11 Juli 2024

Menyatakan,

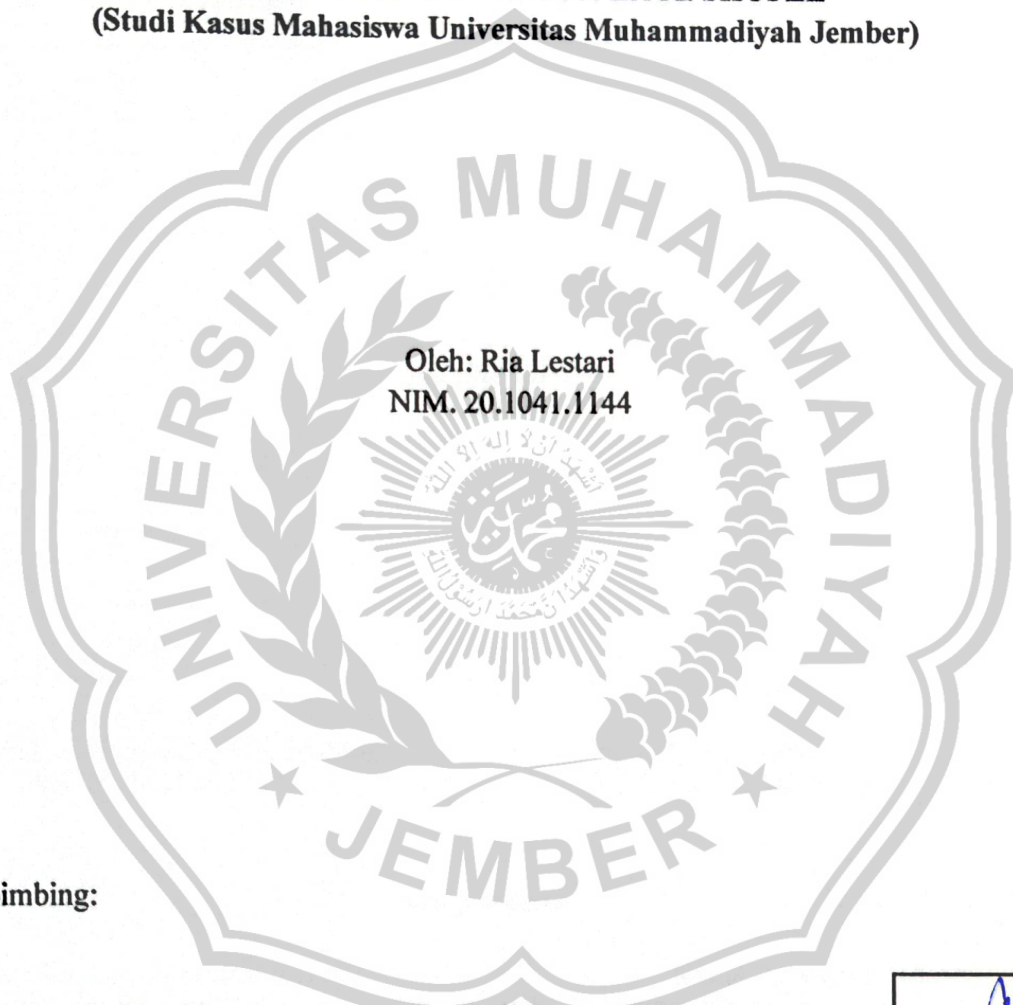


Ria Lestari

NIM. 20.1041.1144

SKRIPSI

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT, FLASH SALE PROMOSI, DAN
WEBSITE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINTIFIC PADA MARKETPLACE SHOPEE
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)**



Oleh: Ria Lestari
NIM. 20.1041.1144

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Budi Santoso SE, MM, M.akun

Dosen Pembimbing Pendamping : Wahyu Eko Setianingsih SE., MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Celebrity Endorsement, Flash Sale Promosi, dan Website Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)

Hari : Kamis


Tanggal : 11 Juli 2024

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Dr. Retno Endah Supeni MM
NPK. 196705221.9510256

Anggota 1,


Dr. Budi Santoso SE, MM, M.akun
NPK. 1967101611509773

Anggota 2,

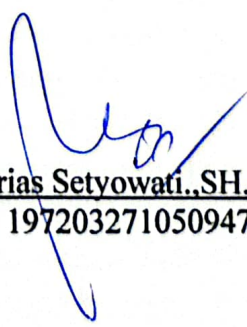

Wahyu Eko Setianingsih SE., MM
NPK. 1979120811503633

Mengesahkan


Dekan Fakultas Akonomi dan Bisnis


Maheni Ika Sari SE, MM
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi


Dr. Trias Setyowati SH, SE, MM
NPK. 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini penulis ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Allah SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayah-Nya yang berlimpah serta kesempatan yang diberikan kepada penulis dengan segala kemudahan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Ayah saya tercinta Bapak H. Tugimin, terima kasih atas semua doa, dukungan, dan pengorbanan yang tak ternilai. Beliau adalah inspirasi dan motivasi utama dalam setiap langkah yang saya ambil. Semoga karya ini menjadi bukti nyata dari segala upaya dan cinta yang telah ayah berikan.
3. Dengan penuh cinta dan rasa syukur, saya persembahkan skripsi ini kepada ibu tersayang. Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti. Tanpa bimbingan, doa, dan semangat dari ibu perjalanan ini tidak akan mungkin terwujud. Semoga karya ini dapat menjadi bukti kecil dari rasa terima kasih saya atas segala yang telah ibu berikan.
4. Saudara perempuan saya tersayang, Nurul Aini. Terima kasih sudah menjadi kakak yang terbaik. Kehadiranmu selalu menjadi semangat bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga dedikasi ini dapat menjadi sedikit wujud terima kasih atas semua yang telah kamu berikan.
5. Tersayang Ricky Dwi Ardianata, sosok lelaki tampan yang senantiasa membantu dan mendengarkan keluh kesah saya. Terima kasih atas cinta, dukungan, motivasi, dan pengertian yang tiada henti. Terima kasih telah menjadi bintang penuntun di tengah kegelapan dan pelangi di setiap badai. Semoga keberhasilan ini menjadi langkah awal bagi kita untuk meraih mimpi-mimpi kita bersama.
6. Dr. Retno Endah Supeni, MM. Selaku Dosen Penguji yang memberikan kritik dan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Dr. Budi santoso, SE., MM., M.Akun dan Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM selaku Dosen Pembimbing, terima kasih telah membimbing penulis dengan sabar dan memberikan masukan terbaik sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, lancar dan tepat waktu.
8. Bapak dan Ibu Dosen Podi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember terima kasih atas ilmu yang bermanfaat yang sudah diberikan kepada penulis selaku mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2020
9. Sahabat-sahabat saya terutama Sindi Evitiani terima kasih telah mendukung dan memberikan semangat penulis, semoga kita bisa lulus bareng dan sukses kedepannya.
10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 terima kasih sudah hadir didalam kehidupan penulis yang telah memberikan banyak pengalaman yang berharga.

MOTTO

“Keberhasilan dimulai dengan keberanian untuk mencoba.” ~ Walt Disney

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.” (QS Ar-Rad 11)

“Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada pada sekarang, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualanglah.” ~ Aya Estiningtyas

“Proses sama pentingnya dengan hasil, meskipun hasil nihil. Yang terpenting adalah proses telah direncanakan dan dijalankan dengan baik. ~ Ria lestari



KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Flash Sale* Promosi, dan *Website Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini banyak mendapat dukungan, bimbingan bantuan dan kemudahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember,
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember,
3. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
4. Bapak Dr. Budi Santoso SE, MM, M.akun selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan tekun dan sabar dalam penulisan skripsi ini,
5. Ibu Wahyu Eko Setianingsih SE., MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan tekun dan sabar dalam penulisan skripsi ini,
6. Dr. Retno Endah Supeni, MM selaku dosen penguji skripsi yang telah bersedia memberikan kritik dan saran, bimbingan serta arahan yang bermanfaat demi menyempurnakan skripsi ini,
7. Kedua orang tua dan juga keluarga besar saya yang selalu mensupport dalam segala hal
8. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis, semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberika kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 11 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Perilaku Konsumen.....	8
2.3 <i>Celebrity Endorsement</i>	11
2.3.1 Pengertian <i>Celebrity Endorsement</i>	11
2.3.2 Indikator <i>Celebrity Endorsement</i>	11
2.3.3 Faktor-Faktor <i>Celebrity Endorsement</i>	11
2.4 <i>Flash Sale</i> Promosi.....	12
2.4.1 Pengertian <i>Flash Sale</i> Promosi.....	12
2.4.2 Indikator <i>Flash sale</i> Promosi.....	12
2.4.3 Faktor-Faktor <i>Flash Sale</i> Promosi.....	13
2.5 Website Quality.....	13
2.5.1 Pengertian <i>Website Quality</i>	13
2.5.2 Indikator <i>Website Quality</i>	13
2.5.3 Faktor-Faktor <i>Website Quality</i>	14
2.6 Keputusan Pembelian.....	14
2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
2.6.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	15
2.7 Penelitian Terdahulu.....	15
2.8 Kerangka Konseptual.....	20
2.9 Hipotesis.....	21
BAB 3 METODE PENELITIAN	23
3.1 Identifikasi Variabel.....	23
3.1.1 Variabel <i>Independent</i> atau Variabel Bebas.....	23
3.1.2 Variabel <i>Dependent</i> atau Variabel Terikat.....	23
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	23

3.2.1	<i>Celebrity Endorsement</i>	23
3.2.2	<i>Flash Sale</i> Promosi	23
3.2.3	<i>Website Quality</i>	24
3.2.4	Keputusan Pembelian	24
3.3	Desain Penelitian	24
3.4	Jenis Data	25
3.5	Populasi dan Sampel	25
3.5.1	Populasi	25
3.5.2	Sampel	25
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel	25
3.6	Teknik Pengumpulan Data	26
3.6.1	Observasi	26
3.6.2	Kuesioner	26
3.7	Teknik Analisis Data	26
3.7.1	Statistik Deskriptif	26
3.7.2	Uji Instrumen	26
3.8	Uji Asumsi Klasik	27
3.8.1	Uji Normalitas	27
3.8.2	Uji Multikolonieritas	27
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas	27
3.9	Uji Hipotesis	28
3.9.1	Regresi Linier Berganda	28
3.9.2	Uji Koefisien Determinasi R^2	28
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.1.1	Gambaran Umum Skintific	29
4.1.2	Visi dan Misi Skintific	30
4.1.3	Produk-produk Skintific di Shopee	30
4.2	Deskripsi Statistik Responden	32
4.2.1	Identitas Responden	32
4.2.1.1	Fakultas Universitas Muhammadiyah Jember	33
4.2.1.2	Pengguna <i>Marketplace</i> Shopee	33
4.2.1.3	Pembelian Skintific Pada <i>Marketplace</i> Shopee	33
4.2.1.4	Banyaknya Pembelian Skintific Pada <i>Marketplace</i> Shopee	34
4.3	Analisis Deskriptif Hasil Pernyataan Responden	34
4.3.1	Pernyataan Responden Terhadap <i>Celebrity Endorsement</i> Produk Skintific Pada <i>Marketplace</i> Shopee	34
4.3.2	Pernyataan Responden Terhadap <i>Flash Sale</i> Promosi Produk Skintific Pada <i>Marketplace</i> Shopee	35
4.3.3	Pernyataan Responden Terhadap <i>Website Quality</i> Produk Skintific Pada <i>Marketplace</i> Shopee	38
4.3.4	Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada <i>Marketplace</i> Shopee	40
4.4	Analisis Data	42

4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	42
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	43
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	44
4.4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	44
4.4.3.2 Hasil Uji Multikolonieritas.....	44
4.4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.4.4 Uji Hipotesis.....	46
4.4.4.1 Hasil Uji t	46
4.4.4.2 Hasil Regresi Linier Berganda	47
4.4.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	48
4.5 Pembahasan	48
4.5.1 Pengaruh <i>celebrity endorsement</i> terhadap keputusan pembelian pada produk skintific di <i>marketplace</i> shopee.....	48
4.5.2 Pengaruh <i>flash sale</i> promosi terhadap keputusan pembelian pada produk skintific di <i>marketplace</i> shopee.....	49
4.5.3 Pengaruh <i>website quality</i> terhadap keputusan pembelian pada produk skintific di <i>marketplace</i> shopee.....	51
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Marketplace di Indonesia Tahun 2022	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 4.1 Data Responden Fakultas di Universitas Muhammadiyah Jember	33
Tabel 4.2 Pengguna Marketplace Shopee	33
Tabel 4.3 Pembelian Skintific Pada Marketplace Shopee.....	33
Tabel 4.4 Banyaknya Pembelian Skintific Pada Marketplace Shopee.....	34
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Kualifikasi yang Cocok Dengan Produk	34
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Orang yang Terkenal	35
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Keunggulan Produk	35
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Besarnya Diskon Saat Promo	36
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Flash Sale	36
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Lamanya Flash Sale Berlangsung.....	37
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Produk yang Tersedia Saat Flash Sale	37
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Promosi Flash Sale	38
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Website Skintific Memilih Produk yang Tepat	38
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Website Skintific Shopee Mudah Digunakan	39
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Website Skintific Menyediakan Konten.....	39
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Fitur yang Tersedia di Website Skintific	40
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Karena Kebutuhan	40
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Pencarian Informasi Sebelum pembelian	41
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Evaluasi Informasi Sebelum Pembelian	41
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Produk Pada Shopee	42
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Setelah Melakukan Keputusan Pada Shopee	42
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.24 Hasil Uji Multikolonieritas.....	45
Tabel 4.25 Hasil Uji t	46
Tabel 4.26 Hasil Regresi Linier Berganda	47
Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kunjungan Marketplace di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Presentase Mahasiswa Pembelian Skintific Pada Marketplace Shopee	5
Gambar 1.3 Pengaruh Pembelian Skintific Pada Marketplace Shopee	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 4.1 Produk Skintific Pada Shopee	32
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	44
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden	57
Lampiran 2 Bukti Penyebaran Kuesioner.....	61
Lampiran 3 Bukti Pengisian Kuesioner.....	61
Lampiran 4 Bukti Responden Pernah Membeli Produk Skintific Pada Marketplace Shopee..	62
Lampiran 5 Data Tabulasi Kuesioner.....	63
Lampiran 6 Uji Validitas	71
Lampiran 7 Uji Reliabilitas	73
Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik.....	74
Lampiran 9 Uji Hipotesis	75

