

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *E-SERVICE QUALITY*, DAN  
*E-WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK  
(PADA KONSUMEN *ONLINE SHOP BERAHAY.ID*)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh :**

**ERSA AULIA RAHMAWATI  
17.1041.1005**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2021**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ersu Aulia Rahmawati  
NIM : 17.1041.1005  
Prodi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Pengaruh *Celebrity Endorser, E-Service Quality, Dan E-Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Pada Konsumen *Online Shop BERAHAY.ID*); 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, 03 Mei 2021  
Yang menyatakan,



Ersa Aulia Rahmawati  
Nim. 17.1041.1005

# SKRIPSI

**Pengaruh *Celebrity Endorser, E-Service Quality, Dan E-Word Of Mouth*  
Terhadap Keputusan Pembelian Produk  
(Pada Konsumen *Online Shop BERAHAY.ID*)**



Oleh:

**ERSA AULIA RAHMAWATI**  
**17.1041.1005**

**Dosen Pembimbing Utama : Dr. Nurul Qomariah, M.M**

**Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan W, SE, MM**

Two rectangular boxes containing handwritten signatures. The top box contains a signature that appears to be 'Dr. Nurul Qomariah' and the bottom box contains a signature that appears to be 'Yohanes Gunawan W'.

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Pengaruh Celebrity Endorser, E-Service Quality, Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Pada Konsumen Online Shop BERAHAY.ID)*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Jumat  
Tanggal : 30 April 2021  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Seno Sumowo, S.E., M.M

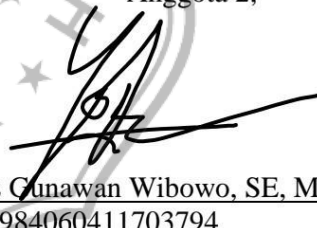
NPK 01 09 288

Anggota 1,



Dr. Nurul Qomariah, M.M  
NPK 06 03 426

Anggota 2,



Yohanes Gunawan Wibowo, SE, MM  
NPK : 1984060411703794

Mengesahkan:



Maheni Ika Sari, SE, MM  
NIP. 19770811 2005 01 2001

Ketua Jurusan,



Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM  
NPK. 19860514.1.1703796

## MOTTO

**“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar dan sekali-kali janganlah orang-orang yang tidak meyakini (kebenaran ayat-ayat Allah) itu menggelisahkan kamu”**

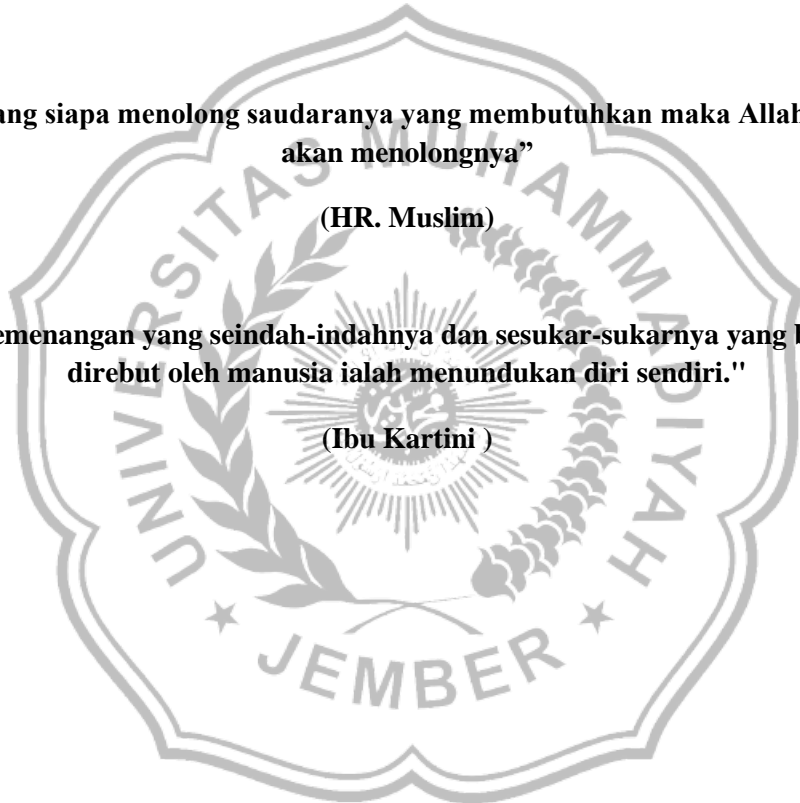
**(QS. Ar-Rum : 60)**

**“Barang siapa menolong saudaranya yang membutuhkan maka Allah ta’ala akan menolongnya”**

**(HR. Muslim)**

**"Kemenangan yang seindah-indahnya dan sesukar-sukarnya yang boleh direbut oleh manusia ialah menundukan diri sendiri."**

**(Ibu Kartini )**



## PERSEMBAHAN

Syujud syukur-ku persembahkan pada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayah-Nya yang sangat berlimpah serta kesempatan yang telah diberikan dengan segala kemudahan sehingga dapat menjalani semua ini dengan baik.
2. Nabi Muhammad SAW atas segala tuntunan hidup.
3. Ibu, Nenek, dan Kakek saya tercinta yang telah memberika kasih sayang, selalu mendoakan dan mendukungu dalam hal apapun serta selalu memberi motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini.
4. Adikku yang sangat saya sayangi yang selalu memberi dukungan, semangat dan setia menjadi penghiburku.
5. Maheni Ika Sari, SE.,MM. Selaku Ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kemudahan dalam peggurusan skripsi.
6. Ahmad Hasan Hafidzi, SE.,MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Nursaidah, SE.,MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen yang telah memberikan kemudahan dalam peggurusan skripsi.
7. Dr. Nurul Qomariah, MM. Selaku Dosen Pembimbing I dan Yohanes Gunawan Wibowo, SE.,MM. Selaku Dosen Pembimbing II. Terimakasih atas bimbingan serta kesabarannya dalam membimbing dan memberi masukan terbaik sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Teman-teman seperjuangan Manajemn A 2017 dan sahabat suka maupun duka saya, Kamu yang saat ini bersamaku, Trio Semprul (Evi Wahyuni, Reri Herawati W, -saya)
9. Untuk kepengurusan KSPM yang telah memberi banyak pelajaran, pengalaman dan membantu dalam berkarya dalam organisasi.
10. Untuk kepengurusan HIMAJEMEN yang telah memberi banyak pelajaran, pengalaman dan membantu dalam berkarya dalam organisasi.
11. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017.
12. Untuk kakak tingkat 2014 dan kakak tingkat 2016 yang sudah banyak membantu, dan mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu.
13. Almamater yang saya banggakan Fakultas Eonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Pengaruh *Celebrity Endorser, E-Service Quality, Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Pada Konsumen Online Shop BERAHAY.ID)*”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Dr. Haris Hermawan. SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Dr. Nurul Qomariah, M.M, selaku dosen pembimbing I dan Yohanes GW, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Seno Sumowo, S.E., M.M, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2017 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember.....2021

Penyusun

Ersa Aulia Rahmawati





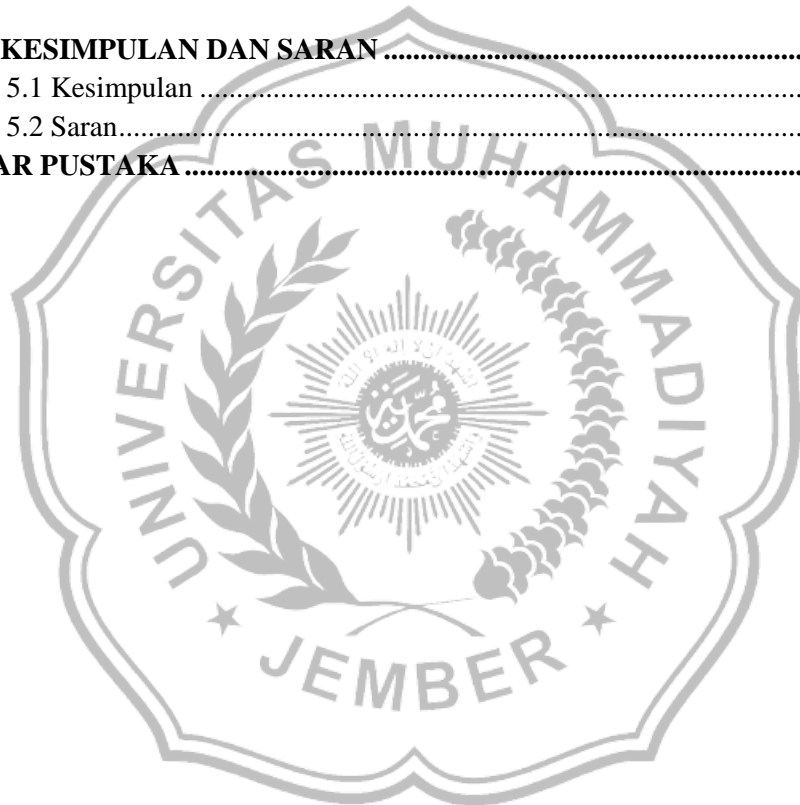
## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN PENULIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTARTABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Tinjauan Teori .....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 <i>Celebrity Endorser</i> .....	12
2.1.2.1 Indikator <i>Celebrity Endorser</i> .....	13
2.1.3 <i>E-SERVQUAL</i> .....	13
2.1.3.1 Indikator <i>E-SERVQUAL</i> .....	14
2.1.4 <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	15
2.1.4.1 Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	15
2.1.5 Keputusan pembelian .....	16
2.1.5.1 Indikator Keputusan pembelian.....	16
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	17
2.3 Kerangka Konseptual .....	20
2.4 Hipotesis Penelitian.....	22
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>

3.1	Identifikasi Variabel .....	24
3.2	Definisi Operasional Variabel .....	24
3.3	Desain Penelitian .....	25
3.4	Populasi .....	26
3.5	Sampel .....	26
3.6	Teknik Pemngambilan Sampel .....	26
3.7	Jenis dan Sumber Data.....	26
3.7.1	Data Sekunder .....	27
3.7.2	Data Primer.....	27
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.9	Teknik Analisis Data.....	28
3.9.1	Uji Instrumen Data.....	28
3.9.1.1	Uji Validitas.....	28
3.9.1.2	Uji Reliabilitas .....	28
3.9.2	Uji Asumsi Klasik.....	29
3.9.2.1	Uji Normalitas .....	29
3.9.2.2	Uji Multikolinearitas.....	29
3.9.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	29
3.9.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	30
3.9.4	Uji Hipotesis .....	30
3.9.4.1	Uji Parsial (Uji t).....	30
3.9.4.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	31
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	32
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	32
4.1.2	Kelehamahan Dan Kelebihan Berahay.id.....	32
4.1.3	Visi Dan Misi Berahay.id .....	33
4.1.4	Produk Dan Layanan Berahay.id.....	33
4.2	Analisis Data .....	33
4.2.1	Diskriptif Statistik Responden.....	33
4.2.2	Diskriptif Variabel Penelitian .....	35
4.2.2.1	<i>Celebrity Endorser</i> (X1).....	35
4.2.2.2	<i>E-SERVQUAL</i> (X2) .....	37
4.2.2.3	<i>E-Word Of Mouth</i> (X3).....	38
4.2.2.4	Keputusan pembelian (Y) .....	40
4.2.3	Uji Instrumen Data .....	42
4.2.3.1	Pengujian Validitas Data.....	42
4.2.3.2	Pengujian Reliabilitas Data .....	43
4.2.4	Pengujian Asumsi Klasik.....	43

4.2.4.1 Pengujian Normalitas .....	44
4.2.4.2 Pengujian Multikolinearitas .....	45
4.2.4.3 Pengujian Heterokedastisitas.....	45
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
4.2.6 Pengujian Hipotesis .....	48
4.2.6.1 Uji t .....	48
4.2.7 Koefisien Determinasi.....	50
4.3 Pembahasan.....	50
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Saran.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Penjualan Produk Berahay.id 2020.....	7
Tabel 2.1:	Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 4.1:	Responden Menurut Usia .....	28
Tabel 4.2:	Responden Menurut Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4.3:	Responden Menurut Pekerjaan Atau Profesi.....	29
Tabel 4.4:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Celebrity Endorser</i> .....	29
Tabel 4.5:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>E-SERVQUAL</i> .....	31
Tabel 4.6:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>E-Word Of Mouth</i> .....	32
Tabel 4.7:	Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
Tabel 4.8:	Hasil Pengujian Validitas.....	35
Tabel 4.9:	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	36
Tabel 4.10:	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
Tabel 4.11:	Hasil Hasil Uji Multikolinearitas.....	38
Tabel 4.12:	Hasil Uji t .....	40
Tabel 4.13:	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1:	Pertumbuhan Pengguna Internet .....	1
Gambar 1.2:	Rating Toko Online Indonesia .....	2
Gambar 1.3:	Diagram Pengguna Instagram Indonesia .....	3
Gambar 1.4:	Testimonial Pada Media Sosial .....	6
Gambar 2.1:	Kerangka Konsep Penelitian .....	18
Gambar 4.1:	Hasil Pengujian Normalitas .....	38
Gambar 4.2:	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas .....	39



## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Pengantar Kuesioner, Petunjuk Pengisian Kuesioner, Kuesioner Penelitian, dan Tabulasi Data
- LAMPIRAN 2: Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN 3: Uji Validitas
- LAMPIRAN 4: Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 5: Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 6: Tabel  $r$  Product Moment dan Tabel Distribusi  $t$
- LAMPIRAN 7: Dokumentasi Penelitian

