

**PENGARUH *CUSTOMER REVIEW* DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT*
TERHADAP NIAT BELI PRODUK SKINTIFIC YANG
DIMODERASI KEPERCAYAAN KONSUMEN**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1) Pada Program
Studi Manajemen**

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Ida Dayu Asti Komala Wardani

NPM : 190325072

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

**“ PENGARUH *CUSTOMER REVIEW* DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT*
TERHADAP NIAT BELI PRODUK SKINTIFIC YANG
DIMODERASI KEPERCAYAAN KONSUMEN “**

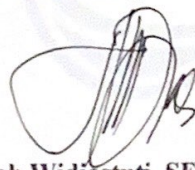
Disusun oleh:

Ida Dayu Asti Komala Wardani

NPM : 190325072

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

15 Agustus 2023

SKRIPSI

**PENGARUH CUSTOMER REVIEW DAN CELEBRITY ENDORSEMENT
TERHADAP NIAT BELI PRODUK SKINTIFIC YANG DIMODERASI
KEPERCAYAAN KONSUMEN**

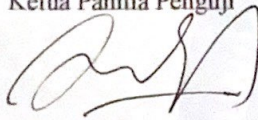
Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ida Dayu Asti Komala Wardani
NPM : 190325072

Telah diperhankan didepan Panitian Penguji
Pada tanggal 15 Agustus 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



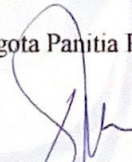
W. Mahestu Noviandra, SE., Mscib., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si

Anggota Panitia Penguji



Drs. C. Jarot Priyogutomo., MBA.

Yogyakarta, 24 Agustus 2023
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“PENGARUH *CUSTOMER REVIEW* DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT*
TERHADAP NIAT BELI PRODUK SKINTIFIC YANG DIMODERASI
KEPERCAYAAN KONSUMEN ”**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan ide, maupun kutipan yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, Juli 2023



Ida Dayu Asti Komala Wardani

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih saya ucapkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas segala kehendak dan berkat rahmat-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dengan judul “ Pengaruh *Customer review* dan *Celebrity endorsement* Terhadap Niat Beli Produk Skintific Yang Dimoderasi Kepercayaan Konsumen “ Penulisan Tugas Akhir ini digunakan sebagai syarat dalam kelulusan mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulisan tugas akhir dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung dan tidak langsung, untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Ida Sang Hyang Widhi Wasa dengan semua berkat dan kasihNya, kesehatan, kekuatan, ketangguhan, tekad, kesabaran dan ketekunan yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik,
2. Ibu Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan tenaga, waktu, kesempatan, dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan pengertian hingga terselesainya skripsi ini.
3. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah memberikan arahan dan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh studi dalam bangku kuliah.

4. Seluruh keluarga besar di Bali Ajik, Mama dan Mogeek Asri yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi serta mendengarkan keluh kesah.
5. Tari, Meira, Komang, Wah, Boni selaku teman terdekat penulis yang selalu menemani hari – hari di Yogyakarta memberikan dukungan, mendampingi dengan sabar, bantuan, dorongan semangat, nasihat yang membangun dan mendengarkan keluh kesah penulis selama skripsi.
6. Tugek, Cece, Intan, Tresi, Vista, Asti selaku teman terdekat penulis dari Moce Kobe Group yang telah memberikan dukungan serta motivasi dari jauh untuk semangat menyelesaikan skripsi.
7. Rina Mikayani, Riska, Roni, Desi, Depik, Diva selaku teman terdekat penulis dari Sleole Group yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Seluruh teman seperjuangan bimbingan skripsi Ibu Diah yang telah memberikan semangat, motivasi, dorongan, serta membagi ilmu kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan doa dari semua pihak yang telah ikut serta dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat.

Yogyakarta, Juli 2023

MOTTO

“ Kesempurnaan tidak datang dengan sendirinya. Kesempurnaan harus diupayakan “

(B.J. Habibie)



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Customer Review.....	11
2.1.2 Celebrity endorsement.....	12
2.1.3 Kepercayaan.....	13
2.1.4 Niat Beli.....	13
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	14
2.3 Model Kerangka Penelitian	18

2.4 Pengembangan Hipotesis	19
2.4.1 Pengaruh Customer review terhadap Niat Beli.....	19
2.4.2 Pengaruh Celebrity endorsement terhadap Niat Beli.....	20
2.4.3 Kepercayaan Memoderasi Pengaruh Customer review terhadap Niat Beli	21
2.4.4 Kepercayaan Memoderasi Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Niat Beli.....	21
BAB III	23
METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	23
3.2 Populasi, Sampel Penelitian dan Metode Penelitian	24
3.3 Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Variabel	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	28
3.5 Metode Pengukuran Data	29
3.6 Metode Analisis Data	29
3.6.1 Statistik Deskriptif	30
3.6.2 Structural Equation Modeling (SEM).....	31
3.6.3 Goodness of Fit.....	32
BAB IV	35
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Hasil Statistika Deskriptif	36
4.1.1 Pertanyaan Filter Responden.....	36
4.1.2 Analisis Profil Responden	38
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	39
4.1.2.4 Karakteristik Responden Rata – Rata Pengeluaran Per- bulan	40
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Belanja Skincare	41
4.1.3. Analisis Deskriptif.....	42
4.1.3.1 Analisis Deskriptif Customer review (X1)	42

4.1.3.2 Analisis Deskriptif Celebrity endorsement (X2)	43
4.1.3.3 Analisis Deskriptif Kepercayaan (Z)	44
4.1.3.4 Analisis Deskriptif Niat Beli (Y)	46
4.2 Pengujian Hipotesis Penelitian dengan Metode SEM menggunakan SmartPLS	48
4.2.1 Merancang Model Struktural Penelitian.....	48
4.2.2 Evaluasi Measurement (Goodness-of-Fit–Outer Model)	49
4.2.2.1 Uji Validitas Konvergen	50
4.2.2.2 Uji Validitas Diskriminan	51
4.2.2.3 Uji Reliabilitas	53
4.2.3 Evaluasi Model Struktural (Goodness-of-Fit–Inner Model)	54
4.2.3.1 Uji R-Square	54
4.2.3.2 Uji F-Square.....	54
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	56
4.3 Pembahasan Hipotesisi	59
4.3.1 Pengaruh Customer review Terhadap Niat Beli	59
4.3.2 Pengaruh Celebrity endorsement Terhadap Niat Beli	60
4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Memoderasi Customer review Terhadap Niat Beli	61
4.3.4 Pengaruh Kepercayaan Memoderasi Celebrity endorsement Terhadap Niat Beli.....	62
BAB V.....	64
PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.1.1 Profil Responden	64
5.1.2 Hasil Pengujian Hipotesis.....	64
5.2 Implikasi Manajerial.....	65
5.3 Keterbatasan Penelitian	66
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya	66

DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN I	71
LAMPIRAN II	81
LAMPIRAN III.....	96
LAMPIRAN VI.....	99



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	25
Tabel 3. 2 Interval Rata – Rata Skor.....	30
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Pertanyaan Filter 1	36
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Pertanyaan Filter	37
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Pertanyaan Filter 3	37
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	40
Tabel 4. 7 Profil Berdasarkan Pengeluaran Per-bulan	41
Tabel 4. 8 Profil Berdasarkan Belanja Skincare.....	41
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Customer Review	42
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Celebrity endorsement.....	43
Tabel 4. 11 Hasil Deskriptif Kepercayaan.....	45
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Deskriptif Niat Beli	46
Tabel 4. 13 Nilai Outer Loadings (Loading Factors).....	50
Tabel 4. 14 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	51
Tabel 4. 15 Nilai Cross Loading	52
Tabel 4. 16 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	53
Tabel 4. 17 Nilai R-Square	54
Tabel 4. 18 Nilai F-Square.....	55
Tabel 4. 19 Hasil Path Coefficient.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Social Media untuk Mencari Informasi Kecantikan	3
Gambar 1. 2 Gambar Celebrity endorsement Skintific.....	4
Gambar 1. 3 Gambar Produk Skintific.....	5
Gambar 2. 1 Model Penelitian	18
Gambar 4. 1 Model Penelitian	48
Gambar 4. 2 Perhitungan Outer Analisis	49
Gambar 4. 3 Model Struktural Bootstreping.....	56



**PENGARUH *CUSTOMER REVIEW* DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT*
TERHADAP NIAT BELI PRODUK SKINTIFIC YANG DIMODERASI
KEPERCAYAAN KONSUMEN**

Disusun oleh :

Ida Dayu Asti Komala Wardani

NPM : 190325072

Pembimbing

Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

ABSTRAK

Dengan adanya akselerasi yang cepat dari internet, menjadikan konsumen dengan mudah dan nyaman untuk mendapatkan informasi dari konsumen lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Customer review* dan *Celebrity endorsement* terhadap niat beli produk Skintific yang dimoderasi kepercayaan konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *Google Forms* yang disebar secara *online* dan responden yang terkumpul 265. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat analisis yaitu *software* SmartPLS dalam pengujian variabel. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa *customer review* dan *celebrity endorsement* berpengaruh terhadap niat beli Tetapi hasil kepercayaan memoderasi *customer review* dan kepercayaan memoderasi *celebrity endorsement* tidak mempengaruhi niat beli

Kata kunci : *Customer Review, Celebrity endorsement, Kepercayaan, Niat Beli*