

**PENGARUH SELEBRITI ENDORSER, *ONLINE REVIEW* DAN
PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ERIGO DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

ROZI AFID DIANTO MANGGALA

NPM : 18420056

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH SELEBRITY ENDORSER, ONLINE REVIEW DAN
PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ERIGO DI SURABAYA**

Diajukan Oleh:

ROZI AFID DIANTO MANGGALA

NPM : 18420056

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si

Tanggal, 30-6-2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., M.M

Tanggal, 30 Juni 2025

SKRIPSI

**PENGARUH SELEBRITI ENDORSER, *ONLINE REVIEW* DAN
PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ERIGO DI SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ROZI AFID DIANTO MANGGALA

18420056

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si.

Anggota Dewan Penguji Lain



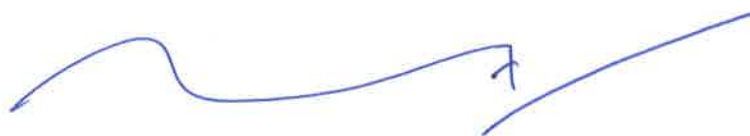
Dwi Indah Mustikorini, S.E., MM

Anggota Dewan Penguji Lain



Hendra Prasetya, S.E., M.Ak

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen
Tanggal 14 Agustus 2025.....**



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM.

Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rozi Afid Dianto Manggala

NPM : 18420056

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh PENGARUH SELEBRITI ENDORSER, *ONLINE REVIEW* DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ERIGO DI SURABAYA”** tidak terdapat karya ilmiah yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 24 Juli 2025

Yc... yataan


The stamp is a yellow rectangular revenue stamp with the text 'SEPAHUN RIBU RUPIAH' on the left, 'PETERAI TEMPEL' in the center, and the number '70062ANX/21564754' at the bottom.

(Rozi Afid Dianto Manggala)

NPM: 18420056

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala berkah dan rahmatNya sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu penulisan dengan judul, **“PENGARUH SELEBRITI ENDORSER, *ONLINE REVIEW* DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ERIGO DI SURABAYA”** Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 program studi Manajemen.

Disadari bahwa dalam proses penulisan ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerja sama, dan doa dari berbagai pihak, maka kendala-kendala yang dihadapi dapat teratasi. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. THT-KL (K), FICS. selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr.Adrianto Trimarjono,S.E,MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan bermanfaat pada saat menimba ilmu.
4. Ibu Dr.Kristiningsih,S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan tenaga dan waktu dalam membimbing, memberi kemudahan, pengarahan, motivasi, semangat dan saran-saran dengan penuh kesabaran selama penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dr.Dwi Bhakti Iriantini,SE,M.Si. selaku dosen wali yang telah memberikan pengarahan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya program studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan bermanfaat pada saat menimbah ilmu.

7. Seluruh staff kemahasiswaan dan akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan pelayanan terbaik selama proses perkuliahan maupun skripsi.
8. Kedua orang tua tercinta ibu Nur aini Khasanah Bapak Sugianto dan Adik Hisar yang telah memberikan kasih sayang disertai dukungan semangat serta kebutuhan selama menimba ilmu.
9. Teman-teman seperjuangan dan Kekasih seperjuangan.

Walaupun Penulis telah berusaha dengan segala kemampuan yang ada, akan tetapi disadari bahwa masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam naskah ini. Oleh karena itu, penulis akan menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi ilmiah di bidang pemasaran.

Surabaya, 24 Juli 2025

Rozi Afid Dianto Manggala

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh selebriti endorser, ulasan online, dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk merek Erigo di Surabaya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen Erigo di Surabaya. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linier berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selebriti endorser, online review, dan persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran khususnya di industri fashion, serta dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam mengoptimalkan strategi promosi dan pencitraan produk melalui media digital.

Kata kunci: selebriti endorser, ulasan online, persepsi kualitas produk, keputusan pembelian, Erigo

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of celebrity endorsers, online reviews, and product quality perception on consumers' purchase decisions of the Erigo brand in Surabaya. The research uses a quantitative approach with data collected through questionnaires distributed to 100 respondents who are Erigo consumers in Surabaya. The data were analyzed using multiple linear regression to examine the influence of each independent variable on the dependent variable. The findings reveal that celebrity endorsers, online reviews, and product quality perception have a significant effect on purchase decisions. These results contribute to the development of marketing strategies, particularly in the fashion industry, and serve as a reference for companies to optimize their promotional and product branding strategies through digital media.

Keywords: celebrity endorser, online review, product quality perception, purchase decision, Erigo

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Perilaku konsumen.....	7
2.2.1 Selebriti Endorsement.....	19
2.1.3 Online Review (Ulasan Online).....	24
2.1.5 Keputusan Pembelian	37
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	42
2.2.1 Pengaruh Selebriti Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk	42
2.2.2 Pengaruh Online Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk	43
2.2.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Poduk Terhadap Keputusan Pembelian produk	44
2.3 Penelitian Sebelumnya	46
2.4 Kerangka Konseptual	48
2.4.1 Hipotesis	48
2.4.2 Model Analisis	48
BAB III	50
3.1 Pendekatan penelitian.....	50

3.2 Populasi dan sampel	51
3.2.1 populasi.....	51
3.3 Identifikasi variabel	53
3.4 Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran Variabel.....	53
3.4.1 Selebriti Endorser	53
3.4.2 Online Review.....	55
3.4.3 Persepsi Kualitas Produk	58
3.4.4 Keputusan pembelian	60
3.5 Jenis Dan Sumber Data Penelitian	61
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	63
3.6.1 Uji Validitas	63
3.6.2 Uji Reliabilitas	63
3.6.3 Analisis Linier Berganda	64
3.6.4 Uji hipotesis	64
BAB IV	67
4.1 Gambaran Umum Penelitian	67
4.1.1 Analisis Deskriptif Variabel	70
4.2 Analisis Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis.....	75
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	75
4.2.2 Analisis Regresi Berganda	77
4.2.3 Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	79
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis	80
4.3 Pembahasan	82
BAB V.....	86
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Kerangka Berpikir	49
------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Statistik Uji Deskriptif.....	68
Tabel 4.2	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Selebriti Endorser	69
Tabel 4.3	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Online Review	69
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Presepsi Kualitas Produk	70
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas	72
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi Berganda	75
Tabel 4.9	Hasil Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi	77
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Uji T	78