

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER BEAUTY VLOGGER* “TASYA FARASYA” DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PRODUK KECANTIKAN PADA *VIEWERS VLOGGER* TASYA FARASYA

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

HILDA AYU SETYANI
NPM : 19420102

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

2023

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hilda Ayu Setyani
NPM : 19420102
Alamat : Tandes Kidul gang Makam B Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh *Celebrity endorser Beauty vlogger* “Tasya Farasya” Dalam Mempengaruhi Keputusan pembelian Terhadap Produk Kecantikan Pada Viewers Vlogger Tasya Farasya”** adalah hasil karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

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

Surabaya, Juni 2023

Yang membuat Pernyataan


HILDA AYU SETYANI
NPM : 19420102

SKRIPSI

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER BEAUTY VLOGGER* "TASYA FARASYA" DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PRODUK KECANTIKAN PADA *VIEWERS VLOGGER* TASYA FARASYA

Diajukan Oleh:

HILDA AYU SETYANI
NPM : 19420102

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



BAMBANG SETYADARMA, SE., M.Ak.

Tanggal, 31-7-2023

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. ADRIANTO TRIMARJONO, SE., MM

Tanggal, 31-7-2023

SKRIPSI

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER BEAUTY VLOGGER* “TASYA FARASYA” DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUS PEMBELIAN TERHADAP PRODUK KECANTIKAN PADA *VIEWERS VLOGGER* TASYA FARASYA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

HILDA AYU SETYANI
NPM : 19420102

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Bambang Setyadarma, SE, M.Ak

Ketua Dewan Penguji



Tri Tjahjo Poernomo, SE., MM.

Anggota Dewan Penguji Lain



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE. MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 31-7-..... 2023



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas segala limpahan rahmat serta dukungan dan doa dari orang tua, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Celebrity endorser Beauty vlogger* “Tasya Farasya” Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Terhadap Produk Kecantikan Pada *Viewers Vlogger Tasya Farasya*”**.

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak sekali hambatan serta rintangan yang harus dihadapi, namun pada akhirnya penulis mampu mengatasi dan melampaui semua persoalan tersebut berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. HTH-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, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Bapak Bambang Setyadarma, SE., M.Ak selaku Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, pemikiran, untuk memberikan bimbingan, perhatian, kritik dan saran yang sangat berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Djojo Diharjo, SE., MM., M.Ak selaku Dosen Wali yang telah memotivasi, memberikan semangat dan nasehat sehingga mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh staff dan Sekertariat Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orang tua tercinta, Ayah dan Ibu tercinta yang selalu memberi dukungan, doa, kepercayaan, dan semangat untuk terus maju.
9. Teman, sahabat, serta semua pihak yang membantu, terima kasih yang telah memberikan dukungan, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna untuk itu diharapkan segala kritik dan saran yang mampu membangun saya untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 31 Juni 2023

+ 
Hilda Ayu Setyani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	14

1. <i>Youtube</i>	15
2. <i>Vlog</i>	17
2.1.2 <i>Celebrity endorser</i>	19
1. Pengertian <i>Celebrity endorser</i>	19
2. Atribut <i>Celebrity endorser</i>	20
3. Teori Kredibilitas Sumber	24
2.1.3 Keputusan Pembelian	26
1. Indikator Keputusan Pembelian	26
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Hipotesis dan Model Analisis	31
2.3.1 Hipotesis Penelitian	31
2.3.2 Model Analisis	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	33
3.2 Prosedur Penentuan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	34
3.3 Identifikasi Variabel	35
3.4 Definisi Operasional Variabel	35
3.5 Sumber dan Jenis Data.....	39
3.5.1 Sumber Data	39
3.5.2 Jenis Data	39

3.6	Uji Kualitas Data	40
3.7	Teknik Analisis	41
3.7.1	Koefisien Determinasi Berganda (R ²)	42
3.7.2	Uji t	42
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	44
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.2.1	Karakteristik Responden	45
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Kuesioner	47
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	52
4.3.1	Uji Validitas	52
4.3.2	Uji Reliabilitas	53
4.4	Analisis Model dan Pengujian Hipotesis	54
4.4.1	Analisis Model	54
4.4.2	Pengujian Hipotesis	56
	1. Uji t	56
4.5	Pembahasan	59
4.5.1	Pengaruh <i>Trustworthiness</i> , <i>expertise</i> , <i>attractiveness</i> , <i>respect</i> , dan <i>similarity</i> terhadap keputusan pembelian produk kecantikan	59
	1. Pengaruh <i>Trustworthiness</i> Terhadap Keputusan pembelian produk kecantikan	59

2. Pengaruh <i>expertise</i> terhadap Keputusan pembelian produk kecantikan	59
3. Pengaruh <i>attractiveness</i> terhadap Keputusan pembelian produk kecantikan	60
4. Pengaruh <i>respect</i> terhadap Keputusan pembelian produk kecantikan	60
5. Pengaruh <i>similarity</i> terhadap Keputusan pembelian produk kecantikan	60
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	61
5.2 Saran	61
 DAFTAR PUSTAKA	63
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	46
Tabel 4.2	Kategori Rata-Rata Jawaban Responden	47
Tabel 4.3	Deskripsi jawaban responden untuk variabel <i>Trustworthiness</i> ..	48
Tabel 4.4	Deskripsi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Expertise</i>	48
Tabel 4.5	Deskripsi Jawaban Responden untuk Variabel <i>attractiveness</i>	49
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Responden untuk Variabel <i>respect</i>	50
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden untuk Variabel <i>Similarity</i> ...	50
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan pembelian produk kecantikan	51
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.11	Data Koefisien Regresi linier Berganda	54
Tabel 4.12	Hasil uji t	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik mengenai tingkat penggunaan internet untuk mengakses sosial media tahun 2023 di Indonesia	2
Gambar 1.2	Grafik mengenai Pengguna <i>Youtube</i> tahun 2022 di Indonesia	3
Gambar 1.3	Grafik mengenai presentasi <i>viewers</i> dan <i>subscribe</i> dari <i>beauty vlogger</i> Tasya Farasya	7
Gambar 2.1	Model Analisis	32
Gambar 3.1	Model Analisis	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 2 Input Data SPSS	71
Lampiran 3 Output Data SPSS	92

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan dalam melihat pengaruh dari *celebrity endorser beauty vlogger* “Tasya Farasya” untuk memberikan pengaruhnya pada keputusan pembelian terhadap produk kecantikan di viewers *Vlogger* Tasya Farasya. Variable bebasnya yaitu *Trustworthiness (X1)*, *Expertise (X2)*, *Attractiveness (X3)*, *Respect (X4)*, *Similarity (X5)*. Dan variable terikat adalah Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. Sampel diambil dengan menerapkan *Purposive Sampling* dimana didasarkan dalam suatu pertimbangannya. Sampel yang diterapkan sebanyak 100 *viewers*. Pengujian diterapkan dalam melakukan uji instrument penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas. Pengujian diterapkan melalui uji regresi linier berganda, uji F, R², dan uji t. Hasilnya menyatakan ada pengaruh signifikan dan positif antara *expertise*, *trustworthiness*, *attractiveness*, dan *similarity* pada keputusan pembelian produk kecantikan. Sedangkan variabel *respect* tidak berpengaruh pada keputusan pembelian produk kecantikan.

Kata Kunci : *Celebrity endorser*, Tasya Farasya, Keputusan Pembelian, Produk Kecantikan

ABSTRACT

This study aims to look at the influence of celebrity endorser beauty vlogger "Tasya Farasya" to influence purchasing decisions for beauty products in Tasya Farasya Vlogger viewers. The independent variables are Trustworthiness (X1), Expertise (X2), Attractiveness (X3), Respect (X4), Similarity (X5). And the dependent variable is the decision to purchase beauty products. Samples were taken by applying purposive sampling which was based on a consideration. The sample applied was 100 viewers. The test applied in conducting this research instrument test is a test of validity and reliability. The test is applied through multiple linear regression tests, F tests, R2, and t tests. The results stated that there was a significant and positive influence between expertise, trustworthiness, attractiveness, and similarity on the decision to purchase beauty products. Meanwhile, the variable respect has no effect on the decision to purchase beauty products

Keywords : *Celebrity endorser, Tasya Farasya, Purchasing Decisions, Beauty Products*