

***CELEBRITY ENDORSEMENT, CONTENT MARKETING, DAN ONLINE  
CUSTOMER REVIEW, SEBAGAI ANTASEDEN PURCHASE INTENTION  
TERHADAP PRODUK SOMETHINC  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA PENGGUNA E-COMMERCE  
SHOPEE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Sarjana  
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Ahmad Dahlan  
Yogyakarta



Disusun Oleh:

Meliza Yolanda Putewa

NIM: 2000011425

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN  
2024**

## HALAMAN PERSETUJUAN

***CELEBRITY ENDORSEMENT, CONTENT MARKETING, DAN ONLINE  
CUSTOMER REVIEW, SEBAGAI ANTASEDEN PURCHASE INTENTION  
TERHADAP PRODUK SOMETHINC  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA PENGGUNA E-COMMERCE  
SHOPEE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)***

**Diajukan Oleh:**

Meliza Yolanda Putewa

NIM : 2000011425



Yogyakarta, 20 Desember 2024  
Pembimbing



Drs. Hendro Setyono, S.E., MSc.  
NIPM. 19641105 199204 111 0724598


## HALAMAN PENGESAHAN

***CELEBRITY ENDORSEMENT, CONTENT MARKETING, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW, SEBAGAI ANTASEDEN PURCHASE INTENTION TERHADAP PRODUK SOMETHINC (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)***

**Diajukan Oleh :**

Meliza Yolanda Putewa  
NIM : 2000011425

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Dewan Penguji  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta  
Tanggal : 20 Desember 2024  
Yang Terdiri Dari :  
Ketua Tim Penguji

  
Dr. Utik Bidayati, S.E., M.M.

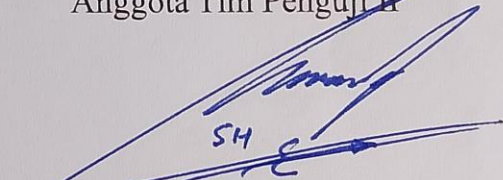
NIPM. 19700606 199601 011 0784315

Anggota Tim Penguji I

Anggota Tim Penguji II

  
Drs. Hendro Setyono, S.E., MSc.

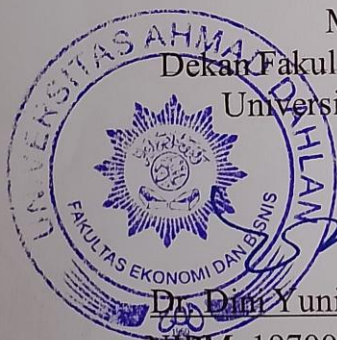
NIPM. 19641105 199204 111 0724598

  
Suryana Hendrawan, S.E., M.B.A.

NIPM. 19880201 201606 111 1230973

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan



Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR.

NIPM. 19700620 199601 011 0784345

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul “*CELEBRITY ENDORSEMENT, CONTENT MARKETING, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW* SEBAGAI ANTASEDEN *PURCHASE INTENTION* TERHADAP PRODUK SOMETHINC (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE* DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA)” ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis mengacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah diterima dari universitas saya dinyatakan gugur.

Yogyakarta, 20 Desember 2024



Saksi I, Ketua Tim Penguji

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical strokes and a horizontal line at the bottom.

Dr. Utik Bidayati, S.E., M.M.  
NIPM. 19700606 199601 011 0784315

Saksi II, Anggota Tim Penguji

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized 'H' and 'S'.

Drs. Hendro Setyono, S.E., MSc.  
NIPM. 19641105 199204 111 0724598

Saksi III, Anggota Tim Penguji

A handwritten signature in blue ink, with a large, sweeping stroke and the initials 'SH' below it.

Suryana Hendrawan, S.E., M.B.A.  
NIPM. 19880201 201606 111 1230973

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

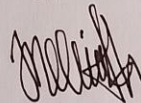
Nama : Meliza Yolanda Putewa  
Nim : 2000011425  
Email : meliza2000011425@webmail.uad.ac.id  
Program Studi : Manajemen  
Judul Tugas Akhir : *Celebrity Endorsement, Content Marketing, dan Online Customer Review* Sebagai Antaseden *Purchase Intention* Terhadap Produk SOMETHINC (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna *E-commerce* Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan unuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun di Institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/impelentasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah di ketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta snksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 20 Desember 2024



Meliza Yolanda Putewa  
NIM. 2000011425

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Meliza Yolanda Putewa  
NIM : 2000011425  
Email : meliza2000011425@webmail.uad.ac.id  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Celebrity Endorsment, Content Marketing, dan Online Customer Review Sebagai Antaseden Purchase Intention Terhadap Produk SOMETHINC (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dengan ini saya menyatakan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur serta melakukan pengolahan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut:

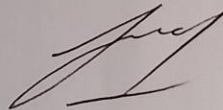
**Saya mengizinkan/ ~~tidak mengizinkan~~** karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Respository Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan.  
Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 20 Desember 2024



Meliza Yolanda Putewa  
NIM. 2000011425

Mengetahui, Pembimbing



Drs. Hendro Setyono, S.E., MSc.  
NIPM. 19641105 199204 111 0724598

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesabaran, kekuatan, membekali ilmu pengetahuan yang bermanfaat, shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya. Dengan penuh rasa syukur dan bangga, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. **Bapak dan Ibu saya (Bapak Wawan Tursilo dan Ibu Eka Wahyuningsih)** sebagai orang yang sangat kucintai dan kusayangi. Terimakasih sebesar besarnya atas pengorbanan, kasih sayang, dukungan, motivasi, dan do'a yang tiada henti.
2. **Adik saya Jimmy Alfarizi Maestro Putewa dan Tsalisa Nuraini Putewa,** terimakasih telah menjadi penyemangat dan memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini. Teman-teman seperjuangan yang sudah membantu baik dalam bentuk material maupun moril. Semoga ini menjadi langkah awal untuk bisa mencapai cita cita.

## **MOTTO**

"Janganlah kamu berduka cita, sesungguhnya Allah selalu bersama kita."

(QS. At-Taubah: 40)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah:5)



## KATA PENGANTAR

Saya bersyukur kepada Allah SWT atas limpahan berkat, rahmat, dan hidayahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “*Celebrity Endorsement, Content Marketing, dan Online Customer Review* Sebagai Antaseden *Purchase Intention* Terhadap Produk SOMETHINC (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna *E-commerce Shopee* di Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Penulisan skripsi ini dilakukan guna untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Ahmad Dahlan.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki, serta penulis menyadari bahwasannya dalam penulisan skripsi ini butuh usaha yang keras dan juga tidak terlepas dari doa, bimbingan, saran dan bantuan berupa materi maupun non materi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati dan juga rasa hormat, perkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada:

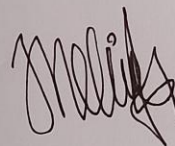
1. Bapak Prof Dr. Muchlas M.T Rektor Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan izin serta kesempatan untuk dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Ahmad Dahlan.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, SE., M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan ijin atas penyusunan skripsi.
3. Ibu Tina Sulistiani, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.
5. Bapak Drs. Hendro Setyono, S.E., MSc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar dan memberikan dorongan, bimbingan, arahan, nasehat,

maupun kritikan yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.

6. Segenap Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan berlangsung.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Toton Nurdin dan Ibu Setianah yang selalu memberikan dukungan, nasehat, motivasi, serta do'a yang tidak pernah henti.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, motivasi, semangat, dan juga do'a agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih terdapat banyak kekurangan maupun kesalahan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun akan membantu penyempurnaan skripsi ini. Penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan maupun kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 20 Desember 2024



Meliza Yolanda Putewa  
NIM. 2000011425

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Pertanyaan Penelitian.....	10
D. Tujuan Penelitian .....	11
E. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
A. Landasan Teori.....	13
1. <i>Celebrity Endorsement</i> .....	13
2. <i>Content Marketing</i> .....	14
3. <i>Online Customer Review</i> .....	15
4. <i>Purchase Intention</i> .....	16
B. Penelitian Terdahulu .....	17
C. Pengembangan Hipotesis .....	19

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
A. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel.....	23
B. Jenis dan Sumber Data.....	25
C. Teknik Pengumpulan Data.....	25
D. Definisi Operasional Variabel.....	26
E. Analisis Data.....	30
F. Analisis Statistik Deskriptif .....	31
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>	<b>34</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	34
B. Karakteristik Responden .....	35
C. Hasil Penelitian .....	38
1. Hasil Uji Instrumen .....	38
D. Analisis Hasil Pengolahan Data .....	44
1. Regresi Linear Berganda.....	44
2. Uji Hipotesis .....	46
3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	48
E. Pembahasan.....	49
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
A. Kesimpulan .....	53
B. Keterbatasan Penelitian.....	53
C. Saran Penelitian .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>62</b>
<b>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....</b>	<b>62</b>
<b>Lampiran 2 Data Responden .....</b>	<b>66</b>
<b>Lampiran 3 Tabulasi Data .....</b>	<b>71</b>
<b>Lampiran 4 Hasil Output Statistik Deskriptif.....</b>	<b>80</b>
<b>Lampiran 5 Uji Validitas.....</b>	<b>81</b>
<b>Lampiran 6 Uji Reliabilitas.....</b>	<b>82</b>
<b>Lampiran 7 Pengolahan Data .....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3. 1 Variabel Penelitian .....	27
Tabel 4. 1 Hasil Perolehan Data.....	34
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden .....	35
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif .....	37
Tabel 4. 4 Hasil Output KMO Celebrity Endorsement.....	39
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Celebrity Endorsement.....	39
Tabel 4. 6 Hasil Output KMO Content Marketing .....	40
Tabel 4. 7 Uji Validitas Content Marketing.....	40
Tabel 4. 8 Hasil Output KMO Online Customer Review .....	41
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Online Customer Review .....	41
Tabel 4. 10 Hasil Output KMO Purchase Intention.....	42
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Purchase Intention.....	42
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel.....	43
Tabel 4. 13 Regresi Linear Berganda.....	44
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Uji simultan) .....	46
Tabel 4. 15 Hasil Uji t (Uji Parsial) .....	47
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penghargaan Brand Somethinc 2023 .....	4
Gambar 1. 2 Data Penjualan Somethinc 2022 .....	4
Gambar 1. 3 Media Sosial Influencer .....	6
Gambar 1. 4 Review Custumor Shopee .....	7
Gambar 1. 5 E-commerce Pengunjung Terbanyak 2023 .....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....	22

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 2 Data Responden.....	66
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	71
Lampiran 4 Hasil Output Statistik Deskriptif .....	80
Lampiran 5 Uji Validitas.....	81
Lampiran 6 Uji Reliabilitas.....	82
Lampiran 7 Olah Data.....	83

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mendorong ketatnya persaingan antar industri kecantikan, barang *brand* ternama yang menggunakan media sosial dan banyak dipengaruhi oleh teknologi digital salah satunya produk kecantikan SOMETHINC. Masalah utama dalam penelitian ini dapat dirumuskan untuk mengetahui ada atau tidaknya *purchase intention* pada produk Somethinc dilihat dari variable *celebrity endorsement*, *content marketing*, dan *online customer review*, pada Mahasiswa pengguna *e-commerce shopee* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian merupakan mahasiswa yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan sampel penelitian sebanyak 97. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan media *Google Form*, dan data diukur menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 4. Data diuji menggunakan IBM SPSS 23. Data penelitian diuji validitas serta reliabilitas, analisis data deskriptif, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorsement* (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap *purchase intention*, *Content Marketing* (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap *purchase intention*, *Online Customer Review* (X3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap *purchase intention* terhadap konsumen produk Somethinc pada *Shopee* oleh mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta.

**Kata kunci:** *Celebrity Endorsement*, *Content Marketing*, dan *Online Customer Review*, *Purchase Intention*