



**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,  
*CELEBRITY ENDORSER* DAN LABEL HALAL  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK EMINA  
(Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Universitas Muria Kudus)**

**Diajukan Oleh :**

**EKA KUSUMA AGUSTIN**

**NIM. 2015-11-392**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**2020**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *CELEBRITY*  
*ENDORSER* DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK EMINA  
(Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2020

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



**DINA LUSIANTI, SE, MM, AAK**  
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



**SUTONO, SE, MM, Ph.D**  
NIDN. 0626017003

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM**  
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



**NOOR AZIS, SE, MM**  
NIDN. 0607107501

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

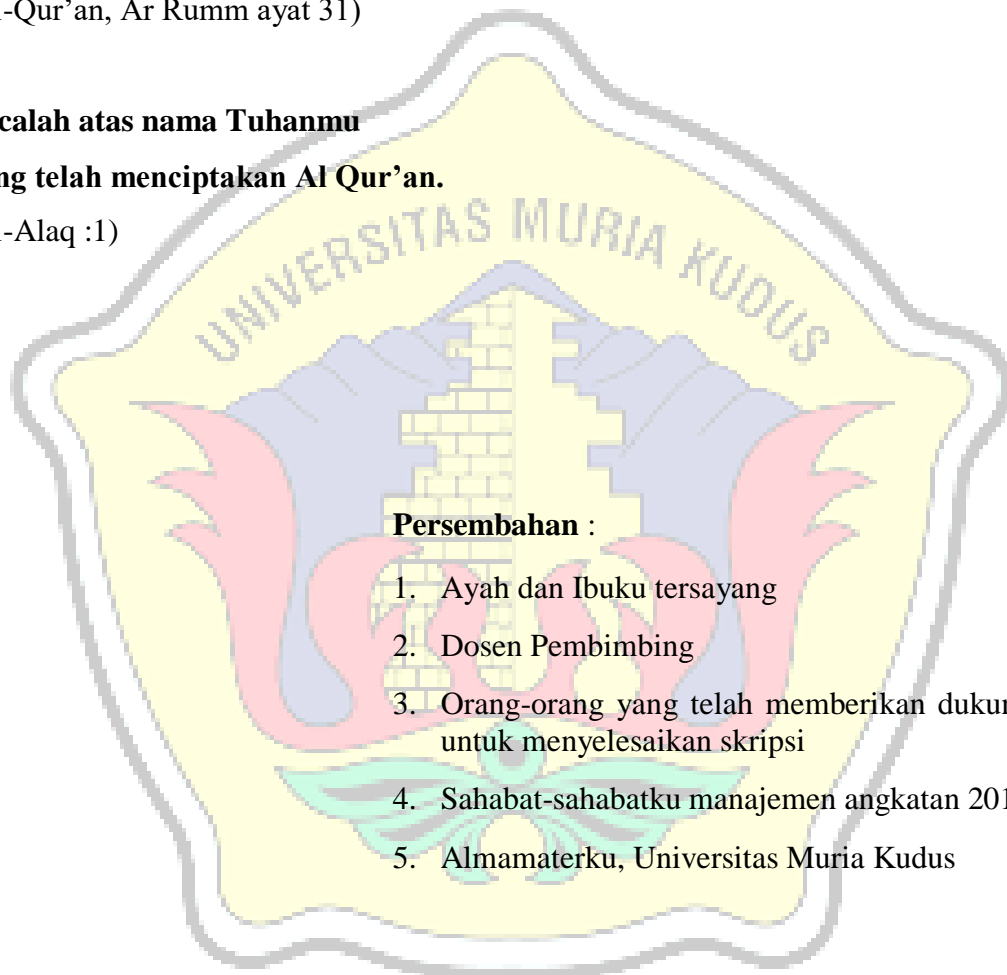
### Motto :

**Dengan kembali bertaubat kepada-Nya dan bertakwalah kepada-Nya serta dirikanlah shalat dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Allah**

(Al-Qur'an, Ar Rumm ayat 31)

**Bacalah atas nama Tuhanmu  
yang telah menciptakan Al Qur'an.**

(Al-Alaq :1)



### Persembahan :

1. Ayah dan Ibuku tersayang
2. Dosen Pembimbing
3. Orang-orang yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi
4. Sahabat-sahabatku manajemen angkatan 2015
5. Almamaterku, Universitas Muria Kudus

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud penulisan ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:


1. Allah SWT, atas segala nikmat dan hidayahnya, Tuhan semesta alam yang senantiasa memberi petunjuk, kekuatan lahir batin sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE, MM, AAK selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono, SE, MM, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Noor Aziz, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Ibu Dosen dan Staf Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang membekali berbagai pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa mendukung secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus, 15 Februari 2020

Penulis,

  
Eka Kusuma Agustin

2015-11-392

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, *CELEBRITY ENDORSER*  
DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK EMINA  
(Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Universitas Muria Kudus )**

EKA KUSUMA AGUSTIN

NIM. 2015-11-392

Dosen Pembimbing 1. Sutono, SE, MM, Ph.D

Dosen Pembimbing 2. Noor Azis, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

**ABSTRAKSI**

Penelitian menguji pengaruh *electronic word of mouth*, *celebrity endorser* dan label halal terhadap keputusan pembelian produk emina (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus) baik secara parsial maupun berganda. Penelitian merupakan menelitian asosiatif kausal. Populasi penelitian tidak ketahui secara pasti. Sampel penelitian adalah sebanyak 96 responden. Uji instrument meliputi validitas dan reliabilitas. Pengolahan data meliputi coding, scoring, editing, dan tabulating, dengan proses dengan program komputer. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis kuantitatif meliputi regresi, uji hipotesis t dan F, koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa (1) *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Emina, (2) *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Emina (3) Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Emina (4) *Electronic word of mouth*, *celebrity endorser* dan label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Emina.

Kata kunci : *electronic word of mouth*, *celebrity endorser*, label halal, dan keputusan pembelian

***INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH, CELEBRITY  
ENDORSER AND HALAL LABEL TO PURCHASE DECISION  
OF EMINA PRODUCT***

***(Case study on the Faculty of Economics and Business of the Muria Kudus  
University)***

***EKA KUSUMA AGUSTIN  
NIM. 2015-11-392***

***Advisor 1. Sutono, SE, MM, Ph.D***

***Advisor 2. Noor Azis, SE, MM***

***UNIVERSITY OF THE MURIA KUDUS***

***FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY PROGRAM***

***ABSTRACT***

*Research examines the influence of electronic word of mouth, celebrity endorser and halal label to purchase decision of Emina product (case study on student Faculty of Economics and Business of Kudus Muria University) both partially and multiple. Research is a causal associative. The research population does not know for sure. The research sample is 96 respondents. Instrument tests include validity and reliability. Data processing includes coding, scoring, editing, and tabulating, with processes with computer programs. Data analysis using descriptive analysis, quantitative analysis includes regression, T and F hypothesis tests, coefficient of determination. Based on the results the study concluded that (1) the Electronic Word of Mouth was positively and significantly impacted by the purchase decision of the Emina product, (2) Celebrity endorser positively and significantly affected the purchase decision of the Emina product ( 3) Halal Label has positive and significant effect on product purchase decision of Emina (4) Electronic word of mouth, celebrity endorser and halal Label effect positively and significantly towards purchase decision of Emina product.*

***Keywords: Electronic word of mouth, celebrity endorser, halal label, and purchasing decision***

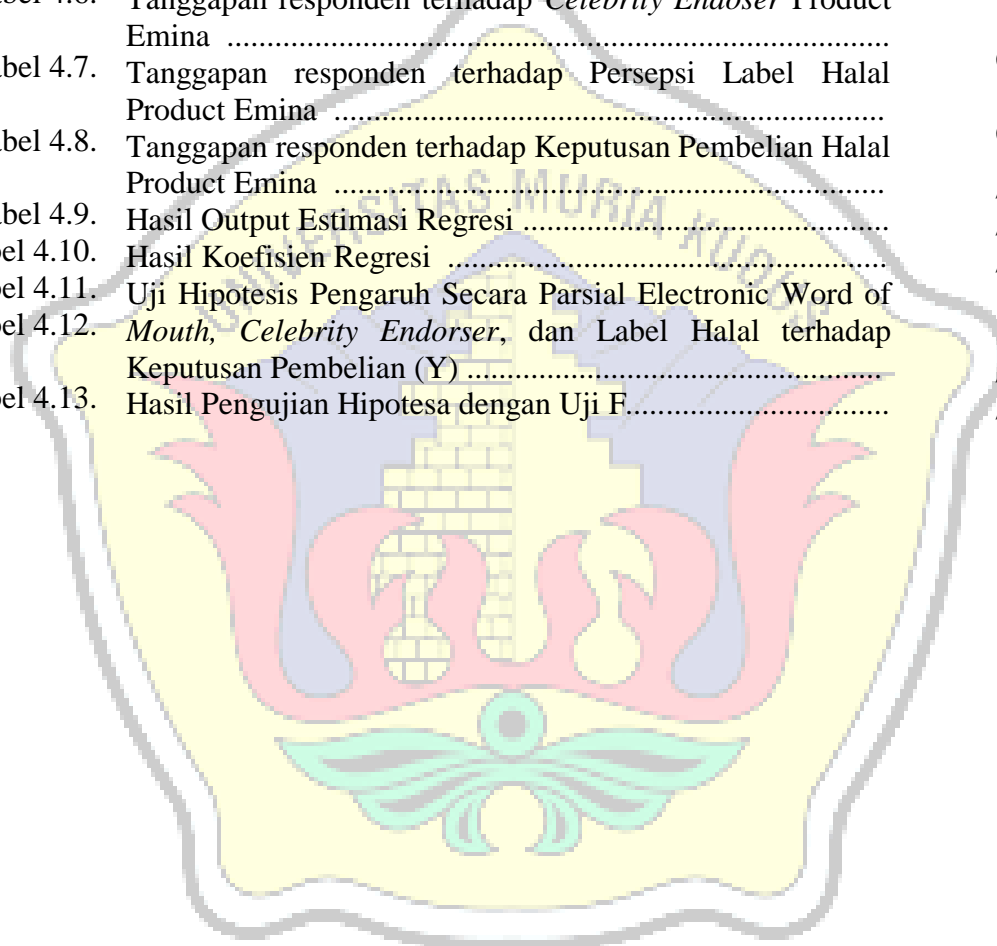
## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO .DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BABI. PENDAHULUAN . .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	10
1.3. Perumusan Masalah .....	10
1.4. Tujuan Penelitian .....	11
1.5. Manfaat Penelitian .....	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1. Perilaku Konsumen .....	14
2.2. Keputusan Pembelian .....	15
2.3. <i>Electronic Word of Mouuth (e-WOM)</i> .....	23
2.4. <i>Celebrity Endorser</i> .....	26
2.5. Label Halal .....	30
2.6. Pengaruh Antar Variabel .....	34
2.7. Penelitian Terdahulu .....	38
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	42
2.9. Hipotesis .....	43
BAB. III. METODE PENELITIAN .....	45
3.1. Rancangan Penelitian .....	45
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	45
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	49
3.4. Populasi dan Sampel .....	49
3.5. Pengumpulan Data .....	51
3.6. Uji Instrumen Penelitian .....	52
3.7. Pengolahan Data .....	53
3.8. Teknik Analisis Data .....	54
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	61
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	61
4.2. Penyajian Data .....	63
4.3. Analisis Data .....	70
4.4. Pembahasan .....	79
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	86
5.1. Kesimpulan .....	86
5.2. Saran .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	88
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	64
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi .....	65
Tabel 4.3.	Uji Validitas Kuesioner Variabel Persepsi Harga .....	66
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .....	66
Tabel 4.5.	Tanggapan responden terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> Product Emina .....	67
Tabel 4.6.	Tanggapan responden terhadap <i>Celebrity Endorser</i> Product Emina .....	68
Tabel 4.7.	Tanggapan responden terhadap Persepsi Label Halal Product Emina .....	69
Tabel 4.8.	Tanggapan responden terhadap Keputusan Pembelian Halal Product Emina .....	70
Tabel 4.9.	Hasil Output Estimasi Regresi .....	71
Tabel 4.10.	Hasil Koefisien Regresi .....	71
Tabel 4.11.	Uji Hipotesis Pengaruh Secara Parsial <i>Electronic Word of Mouth</i> , <i>Celebrity Endorser</i> , dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	73
Tabel 4.13.	Hasil Pengujian Hipotesa dengan Uji F.....	77



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	42
--	----

