



**PENGARUH DESAIN WEBSITE, *CELEBRITY*
ENDORSER, SALES PROMOTION, ONLINE REVIEW
DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
PURCHASE INTENTION KONSUMEN
PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
DI KABUPATEN KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

**KHARISMA WAHYUNINGSIH
202011327**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2024**



**PENGARUH DESAIN *WEBSITE*, *CELEBRITY*
ENDORSER, *SALES PROMOTION*, *ONLINE REVIEW*
DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
PURCHASE INTENTION KONSUMEN
PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA
DI KABUPATEN KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Jenjang Pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

**KHARISMA WAHYUNINGSIH
202011327**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

PENGARUH DESAIN *WEBSITE*, *CELEBRITY ENDORSER*, *SALES PROMOTION*, *ONLINE REVIEW* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI KABUPATEN KUDUS

Nama : Kharisma Wahyuningsih
Nim : 202011327
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
Kudus,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Supriono, S.E., M.M

NIDN. 0614037104

Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., A.W.M., O.W.M., C.B.V

NIDN. 0619108502

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M

NIDN. 0024037701

PENGARUH DESAIN *WEBSITE*, *CELEBRITY ENDORSER*, *SALES PROMOTION*, *ONLINE REVIEW* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI KABUPATEN KUDUS

Nama : Kharisma Wahyuningsih
Nim : 202011327
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2024

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Pembimbing I



Noor Indah Rahmawati., S.E., M.M Dr. Suprivono, S.E., M.M

NIDN. 0024037701

NIDN. 0614037104

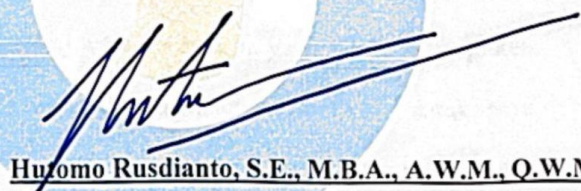
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Pembimbing II



Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M

NIDN. 0616077304



Huzomo Rusdianto, S.E., M.B.A., A.W.M., Q.W.M., C.B.V

NIDN. 0619108502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Q.S Ar-Ruum:60)

“Allah tidak akan membebani seseorang, melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(Q.S Al-Baqarah:286)

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah:5)

“Tidak ada sesuatu yang mustahil untuk dikerjakan, Hanya tidak ada sesuatu yang mudah”

(Napoleon Bonaparte)

PERSEMBAHAN :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya tercinta yang selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mengantarkan saya sampai di tempat ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk bapak dan ibu.

3. Kakak-kakakku tersayang, yang selalu menjadi semangat penulis dalam melakukan hal apapun, dan selalu menjadi motivasi dalam diri untuk menunjukkan yang terbaik kepada kalian.
4. Teruntuk Bapak dosen pembimbing, terima kasih atas bimbingan, kritik dan saran, dan selalu meluangkan waktunya disela kesibukan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH DESAIN WEBSITE, CELEBRITY ENDORSER, SALES PROMOTION, ONLINE REVIEW, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PURCHASE INTENTION KONSUMEN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA DI KABUPATEN KUDUS”**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Universitas Muria Kudus, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengalami banyak kendala serta hambatan, namun berkat bimbingan, saran, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang sudah membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Supriyono, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan dalam pengerjaan skripsi sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
5. Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., A.W.M., Q.W.M., C.B.V., selaku Dosen

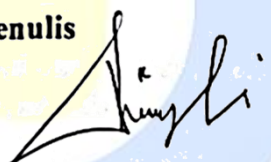
Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan dalam pengerjaan skripsi sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

6. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selama penulis menempuh pendidikan, telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Kedua orang tuaku Bapak Munzari dan Ibu Sya'adah serta kakak-kakakku dan keluarga yang memberikan do'a serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
8. Teman-temanku Putri Wijayanti (almh), Yunita Annuris Salma, Maulida Hanifah Salma, Vanesa Chrysandra, Novita Intan Anggraini, dan Indah Wahyuningsih yang senantiasa membersamai selama melakukan proses perkuliahan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik serta saran dari berbagai pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat untuk pembaca dan banyak pihak.

Kudus, 10 September 2024

Penulis



Kharisma Wahyuningsih
NIM. 202011327

**PENGARUH DESAIN WEBSITE, CELEBRITY ENDORSER, SALES
PROMOTION, ONLINE REVIEW, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH
TERHADAP PURCHASE INTENTION KONSUMEN PADA E-
COMMERCE TOKOPEDIA DI KABUPATEN KUDUS**

Kharisma Wahyuningsih
202011327

Pembimbing 1 : Dr. Supriyono, S.E., M.M

2 : Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., A.W.M., Q.W.M., C.B.V

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Desain Website, Celebrity Endorser, Sales Promotion, Online Review, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Intention Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kabupaten Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan asosiatif kausal dengan menggunakan SPSS versi 29, sampel sebanyak 60 responden dipilih dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Desain Website tidak berpengaruh signifikan terhadap Purchase Intention, Celebrity Endorser tidak berpengaruh signifikan terhadap Purchase Intention, Sales Promotion berpengaruh positif dan signifikan terhadap Purchase Intention, Online Review tidak berpengaruh signifikan terhadap Purchase Intention, Electronic Word of Mouth Tidak berpengaruh signifikan terhadap Purchase Intention. Secara simultan Desain Website, Celebrity Endorser, Sales Promotion, Online Review, dan Electronic Word of Mouth berpengaruh signifikan terhadap Purchase Intention.

Kata Kunci : Desain Website, Celebrity Endorser, Sales Promotion, Online Review, Electronic Word of Mouth, Purchase Intention

***THE INFLUENCE OF WEBSITE DESIGN, CELEBRITY ENDORSER,
SALES PROMOTION, ONLINE REVIEW, AND ELECTRONIC WORD OF
MOUTH ON CONSUMER PURCHASE INTENTION IN TOKOPEDIA E-
COMMERCE IN KUDUS REGENCY***

Kharisma Wahyuningsih
202011327

Mentor 1 : Dr. Supriyono, S.E., M.M

2 : Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., A.W.M., Q.W.M., C.B.V

**UNIVERSITY OF MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

ABSTRACTION

This study aims to analyze the effect of website design, celebrity endorsement, sales promotion, online reviews, and electronic word of mouth on consumer purchase intention on Tokopedia e-commerce in Kudus Regency. This research uses a quantitative approach with descriptive and causal associative using SPSS version 29, a sample of 60 respondents was selected using the Purposive Sampling method. The results of the study showed that partially Website Design has no significant effect on Purchase Intention, Celebrity Endorser has no significant effect on Purchase Intention, Sales Promotion has a positive and significant effect on Purchase Intention. Purchase Intention, Online Review has no significant effect on Purchase Intention, Electronic Word of Mouth has no significant effect on Purchase Intention. Simultaneously Website Design, Celebrity Endorser, Sales Promotion, Online Review, and Electronic Word of Mouth have a significant effect on Purchase Intention.

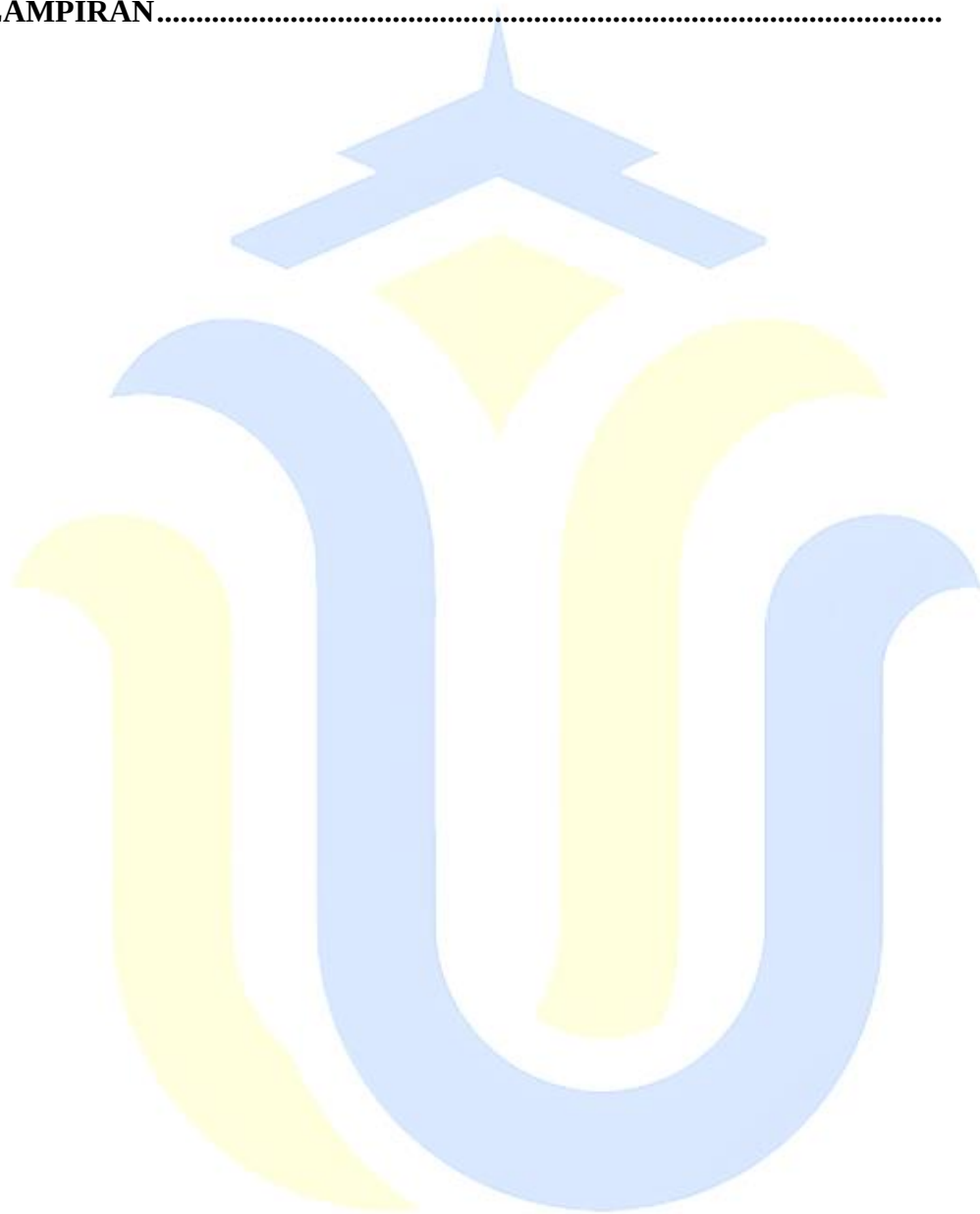
Keywords : Website Design, Celebrity Endorser, Sales Promotion, Online Review, Electronic Word of Mouth, Purchase Intention

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACTION	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 <i>Purchase Intention</i>	14
2.1.3 <i>Desain Website</i>	16
2.1.4 <i>Celebrity Endorser</i>	17
2.1.5 <i>Sales Promotion</i>	21
2.1.6 <i>Online Review</i>	22
2.1.7 <i>Electronic Word of Mouth</i>	25
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	33
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	36

2.5 Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Rancangan Penelitian	38
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian	38
3.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6 Pengolahan Data.....	48
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	50
3.8 Analisis Data	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.2 Penyajian Data.....	59
4.2.1 Deskripsi Responden	59
4.2.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel	60
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	64
4.3.1 Uji Validitas.....	64
4.3.2 Uji Reliabilitas	65
4.4 Analisis Data	66
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda	70
4.4.3 Uji Hipotesis	73
4.5 Pembahasan.....	77
4.5.1 Pengaruh Desain <i>Website</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	77
4.5.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	78
4.5.3 Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	79
4.5.4 Pengaruh <i>Online Review</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	80
4.5.5 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	80
4.5.6 Pengaruh Desain <i>Website</i> , <i>Celebrity Endorser</i> , <i>Sales Promotion</i> , <i>Online Review</i> , dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Purchase</i> <i>Intention</i>	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	90



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Instrument Skala Likert	47
Tabel 3. 2 Tingkat Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 1 Data Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Data Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4. 3 Data Jawaban Responden Variabel <i>Desain Website</i>	60
Tabel 4. 4 Data Jawaban Responden Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	61
Tabel 4. 5 Data Jawaban Responden Variabel <i>Sales Promotion</i>	61
Tabel 4. 6 Data Jawaban Responden Variabel <i>Online Review</i>	62
Tabel 4. 7 Data Jawaban Responden <i>Electronic Word of Mouth</i>	63
Tabel 4. 8 Data Jawaban Responden Variabel <i>Purchase Intention</i>	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas Menggunakan <i>Kolmogorov Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi	69
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	71
Tabel 4. 15 Hasil Uji Statistik t.....	74
Tabel 4. 16 Hasil Uji Statistik F.....	76
Tabel 4. 17 Hasil Olah Data Koefisien Determinasi.....	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Metode Belanja	2
Gambar 1. 2 Rata-Rata Kunjungan <i>E-Commerce</i> (Kuartal I-Kuartal III 2023)	3
Gambar 1. 3 Jumlah Kunjungan ke 5 Situs <i>E-Commerce</i> Terbesar di Indonesia (Januari-Desember 2023).....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70