



**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* MELALUI *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN
PRODUK *SCARLETT WHITENING* KABUPATEN KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

ANGGI SHELLY ALVINA

NIM. 202011136

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* MELALUI *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN
PRODUK *SCARLETT WHITENING* 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:
ANGGI SHELLY ALVINA
202011136

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* MELALUI *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN
PRODUK *SCARLETT WHITENING* KABUPATEN KUDUS)**

Nama : Anggi Shelly Alvina
Nim : 202011136
Program Studi : Manajemen

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

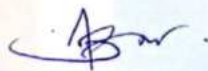
Kudus,.....

Pembimbing I



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)
NIDN. 0606058801

Pembimbing II



(Agung Subono, S.E., M.Si)
NIDN. 0520017602

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* MELALUI *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN
PRODUK *SCARLETT WHITENING* KABUPATEN KUDUS)**

Nama : Anggi Shelly Alvina
Nim : 202011136
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2025

Mengetahui
Ketua Program Studi

Pembimbing I


Noor Indah Rahmawati., S.E., M.M
NIDN. 0024037701


Mira Meilia Marka, S.E., M.M
NIDN. 0606058801

Mengetahui
Dekan

Pembimbing II



Dr. Kertati Sumekar., S.E., M.M
NIDN. 0616077304


Agung Subono, S.E., M.Si
NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

Allah membuat yang tidak mungkin menjadi mungkin

Qs. Maryam 30:39

Hidup yang tidak sesuai impian bukanlah hidup yang gagal. Dan hidup yang sesuai impian belum tentu hidup yang berhasil. Aku hanya ingin melakukan tugas yang diberikan kepadaku dengan baik. Itulah impianku sekarang.

Baek Yi Jin, 2521

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Bapak Sukarjo, yang telah memberikan semangat. Terima kasih doa dan dukungannya yang tiada hentinya berjuang untuk masa depan dan kebahagiaan penulis. Sehat selalu dan hidup lebih lama lagi bapak harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian di hidup penulis.
2. Ibu Prihatin, yang telah melahirkan penulis. Terima kasih atas limpahan doa yang tak berkesudahan dan juga dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
3. Almamater tercinta Universitas Muria Kudus.
4. Dan yang terakhir untuk diri saya, Anggi Shelly Alvina. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha walaupun sering merasa putus asa atas apa yang telah diusahakan dan belum berhasil. Terima kasih karena tidak memilih menyerah sesulit apapun penyusunan skripsi ini

dan telah menyelesaikan semaksimal mungkin. Berbahagialah dimanapun dan kapanpun, Anggi Shelly Alvina. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.



KATA PENGANTAR

Segala syukur penulis haturkan atas nikmat dan hidayah dari Allah SWT, sebab berkat ridho-Nya penulis mampu melaksanakan tugas akhir ini dengan judul **“Pengaruh *Digital marketing* dan *Celebrity endorsement* Terhadap *Purchase decision* Melalui *Brand image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Produk *Scarlett Whitening* Kabupaten Kudus)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Muria Kudus. Penulis sadar tanpa adanya dukungan, bimbingan dan bantuan dari beberapa pihak, tugas ini tidak akan selesai dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Mira Meilia Marka, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa sabar dan dapat meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan terbaik dalam proses penyelesaian skripsi.
5. Agung Subono, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang dapat meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan membimbing proses skripsi dengan teliti, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

6. Seluruh jajaran Dosen pengajar dan Staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Terima kasih atas ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama penulis berkuliah di Universitas Muria Kudus.
7. Bapak Sukarjo, yang telah memberikan semangat. Terima kasih doa dan dukungannya yang tiada hentinya berjuang untuk masa depan dan kebahagiaan penulis. Sehat selalu dan hidup lebih lama lagi bapak harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian di hidup penulis.
8. Ibu Prihatin, yang telah melahirkan penulis. Terima kasih atas limpahan doa yang tak berkesudahan dan juga dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
9. Teman saya Sekar Oktavia Kurniawati, Dinda Novelia Putri dan Eka Puji Lestari yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih telah menemani penulis dalam suka duka masa-masa kuliah. Terima kasih telah memberikan kenangan indah yang akan penulis ingat selamanya.
10. Semua kerabat yang telah memberikan doa, memberikan motivasi, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan semaksimal mungkin.
11. Seluruh responden yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk membantu dalam penelitian.

Penulis sadar jika dalam menyusun skripsi ini masih banyak kekurangan sehingga kritik dan saran dibutuhkan. Harapan penulis, semoga tugas akhir skripsi ini mampu menambah wawasan bagi para pembacanya.

Kudus,
Penulis

2025



Anggi Shelly Alvina
202011136



**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* MELALUI *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN
PRODUK *SCARLETT WHITENING* KABUPATEN KUDUS)**

NAMA : Anggi Shelly Alvina
NIM : 202011136
Pembimbing 1 : Mira Meilia Marka, S.E., M.M
2 : Agung Subono, S.E., M.Si

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *digital marketing* dan *celebrity endorsement* terhadap *purchase decision* melalui *brand image* sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan produk *Scarlett Whitening* yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Jumlah sampel yaitu 100 responden dengan teknik *nonprobability sampling*, yaitu *purposive sampling* dengan kriteria berumur minimal 17 tahun yang pernah membeli minimal 1 kali dalam setahun. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner dengan menggunakan analisis data SEM AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*, *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*, *digital marketing* tidak berpengaruh terhadap *purchase decision*, *celebrity endorsement* tidak berpengaruh terhadap *purchase decision*, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*.

Kata kunci : *Digital marketing, Celebrity endorsement, Purchase decision, Brand image*

**THE INFLUENCE OF *DIGITAL MARKETING* AND *CELEBRITY*
ENDORSEMENT ON *PURCHASE DECISION* THROUGH *BRAND IMAGE*
AS AN INTERVENING VARIABLE (STUDY ON CONSUMERS OF
SCARLETT WHITENING PRODUCTS IN KUDUS DISTRICT)**

NAMA : Anggi Shelly Alvina
NIM : 202011136
Pembimbing 1 : Mira Meilia Marka, S.E., M.M
2 : Agung Subono, S.E., M.Si

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

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of digital marketing and celebrity endorsement on purchase decisions through brand image as an intervening variable. The population in this research is consumers who have used Scarlett Whitening products, the exact number of which is unknown. The number of samples was 100 respondents using a non-probability sampling technique, namely purposive sampling with the criteria of being at least 17 years old who had purchased at least once a year. Data collection for this research used a questionnaire using AMOS SEM data analysis. The results of this research show that digital marketing has a positive and significant effect on brand image, celebrity endorsement has a positive and significant effect on brand image, digital marketing has no effect on purchase decisions, celebrity endorsement has no effect on purchase decisions, brand image has a positive and significant effect on purchase decisions.

Keyword: *Digital marketing, Celebrity endorsement, Purchase decision, Brand image*

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

Allah membuat yang tidak mungkin menjadi mungkin

Qs. Maryam 30:39

Hidup yang tidak sesuai impian bukanlah hidup yang gagal. Dan hidup yang sesuai impian belum tentu hidup yang berhasil. Aku hanya ingin melakukan tugas yang diberikan kepadaku dengan baik. Itulah impianku sekarang.

Baek Yi Jin, 2521

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Bapak Sukarjo, yang telah memberikan semangat. Terima kasih doa dan dukungannya yang tiada hentinya berjuang untuk masa depan dan kebahagiaan penulis. Sehat selalu dan hidup lebih lama lagi bapak harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian di hidup penulis.
2. Ibu Prihatin, yang telah melahirkan penulis. Terima kasih atas limpahan doa yang tak berkesudahan dan juga dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
3. Almamater tercinta Universitas Muria Kudus.
4. Dan yang terakhir untuk diri saya, Anggi Shelly Alvina. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha walaupun sering merasa putus asa atas apa yang telah diusahakan dan belum berhasil. Terima

kasih karena tidak memilih menyerah sesulit apapun penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan semaksimal mungkin. Berbahagialah dimanapun dan kapanpun, Anggi Shelly Alvina. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
PENGARUH.....	x
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Ruang Lingkup.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II LANDASAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
2.1 Grand Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 <i>Purchase decision</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3 <i>Digital marketing</i>	Error! Bookmark not defined.

2.4	<i>Celebrity endorsement</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5	<i>Brand image</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6	Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.7	Pengaruh Antar Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.8.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	Error! Bookmark not defined.
2.8.2	Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....		Error! Bookmark not defined.
3.1	Rancangan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.4	Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.5	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.6	Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.7	Pengolahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8	Uji Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.9	Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.9.1	Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.9.2	Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.9.3	Uji <i>Outlier</i>	Error! Bookmark not defined.
3.9.4	Analisis SEM	Error! Bookmark not defined.
3.9.5	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.9.6	Uji Mediasi	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Profil	Error! Bookmark not defined.
4.2	Penyajian Data.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Data Responden Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Tanggapan Responden	Error! Bookmark not defined.
4.3	Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Analisis Konfirmatori	Error! Bookmark not defined.
4.4	Uji Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Uji <i>Convergent validity</i>	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Uji <i>Average Variance extracted</i> (AVE).....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Uji <i>Discriminant Validity</i>	Error! Bookmark not defined.
4.4.4	Uji <i>Construct Reliability</i>	Error! Bookmark not defined.
4.5	Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.6	Uji <i>Outlier</i>	Error! Bookmark not defined.
4.6.1	Uji <i>Kausalitas (Regression Weights)</i>	Error! Bookmark not defined.
4.6.2	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.6.3	Uji Mediasi	Error! Bookmark not defined.
4.7	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.1	Pengaruh <i>Digital marketing</i> Terhadap <i>Brand image</i>	Error! Bookmark not defined.
4.7.2	Pengaruh <i>Celebrity endorsement</i> Terhadap <i>Brand image</i>	Error! Bookmark not defined.
4.7.3	Pengaruh <i>Digital marketing</i> Terhadap <i>Purchase decision</i>	Error! Bookmark not defined.

4.7.4 Pengaruh <i>Celebrity endorsement</i> Terhadap <i>Purchase decision</i>	Error!
Bookmark not defined.	
4.7.5 Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap <i>Purchase decision</i>	Error!
Bookmark not defined.	
4.7.6 Pengaruh <i>Digital marketing</i> Terhadap <i>Purchase decision</i> Melalui <i>Brand image</i>	Error! Bookmark not defined.
4.7.7 Pengaruh <i>Celebrity endorsement</i> Terhadap <i>Purchase decision</i> Melalui <i>Brand image</i>	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.