

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MARKETPLACE SHOPEE* DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* DIKALANGAN MAHASISWA MANAJEMEN FEBMUMRAH**

**SELVIA PUTRI DEWI  
NIM 2004020044**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelara Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM  
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI  
KOTA TANJUNGPINANG  
2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Selvia Putri Dewi

Nim : 2004020044

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim

Judul Skripsi : Pengaruh *Word Of Mouth* Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace Shopee* Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* Dikalangan Mahasiswa Manajemen FEBM UMRAH

Disetujui untuk digunakan dalam Sidang Skripsi

Tanjungpinang, 01 Juli 2024

Menyetujui

Dosen Pembimbing I



Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si  
NIP. 198207032015042001

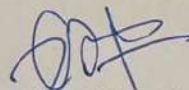
Dosen Pembimbing II



Abdul Jalal, SE., M.Si  
NIP. 198508222019031012

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Abdul Jalal, SE., M.Si  
NIP. 198508222019031012

# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Selvia Putri Dewi  
Nim : 2004020044  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Judul Skripsi : Pengaruh *Word Of Mouth* Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace Shopee* Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* Dikalangan Mahasiswa Manajemen FEBM UMRAH

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen penguji dan telah direvisi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si  
NIP. 198207032015042001

Dosen Pembimbing II

Abdul Jalal, SE., M.Si  
NIP. 198508222019031012

Nama	Dosen penguji Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. Winata Wira, SE., M.Ec NIP. 198207032015042001	Ketua Penguji		31/07-2024
2. Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si NIP. 198207032015042001	Penguji II		30/7/2024
3. Roni Kurniawan, S.Sos., M.Si NIP. 197710032021211001	Penguji III		31/7/2024
4. Abdul Jalal, SE., M.Si NIP. 198508222019031012	Penguji IV		1/8 2024
5. Hj. Irinta, SE., M.Si NIP. 197008272021212003	Penguji V		31/7 2024

Tanggal Lulus : 30 Juli 2024

Mengetahui,



Rektor  
Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Maritim

Dr. Irena, S.P., M.H  
NIP. 198052021211005

Ketua Program Studi  
Manajemen

Abdul Jalal, SE., M.Si  
NIP. 198508222019031012

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Selvia Putri Dewi

Nim : 2004020044

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim

Judul Skripsi : Pengaruh *Word Of Mouth* Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace Shopee* Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* Dikalangan Mahasiswa Manajemen FEBM UMRAH

Menyatakan bahwa;

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 30 Juli 2024  
yang membuat pernyataan,



Selvia Putri Dewi

iii

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

- (QS. Al-Baqarah: 286)

“Pengetahuan adalah kunci kesuksesan yang tak ternilai.”

-Albert Einstein

“Jangan takut gagal, tapi takutlah tidak pernah mencoba.”

-Roy T. Bennett

“Kesempatan hanya datang bagi mereka yang mempersiapkannya.”

-Louis Pasteur

“Cinta itu seperti angin, kau tidak bisa melihatnya tapi bisa merasakannya.”

-Nicholas Sparks

### PERSEMBAHAN

1. *Teruntuk Bapak, ibu, dan adik-adik tercinta.*
2. *Teruntuk keluarga besar Alm. M. Ali tersayang.*
3. *Teruntuk sahabat-sahabat terbaik dan teman seperjuangan terbaik yang selalu ada.*
4. *Teruntuk teman-teman Manajemen 2020.*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas seluruh rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran untuk menyelesaikan penelitian penulis yang berjudul "*Pengaruh Word Of Mouth Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Dikalangan Mahasiswa Manajemen FEBM UMRAH*", sebagai salah satu syarat menyelesaikan program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi, DEA selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
2. Bapak Dr. Suryadi, SP, M.H, selaku PI Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Maritim Raja Ali Haji.
3. Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si, selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Univeristas Maritim Raja Ali Haji.
4. Ibu Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu memberikan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu memberikan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan tenaga pendidik yang telah memberikan ilmu kepada saya selama menjalani proses pendidikan.

7. Kedua orangtua saya, Bapak Mahindra dan Ibu Kamisa Anom, juga adik-adik kandung saya, yaitu: Fitria Yulia Citra, Fiki Andika Pratama, Viola Indah Pertiwi, Keyza Aulia Putri, Erlangga Mahindra dan Raziq Hafuza Mahindra, serta keluarga besar lainnya yang saya sayangi, yang selalu memberi semangat dan doa agar dimudahkan dan dilancarkan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan saya, yaitu: Ashlihatul Latifa Pratiwi, Fitri Yanti & Partner, Yuli Aspriatin, Putri Sri Ragina, dan Aryunnita yang selalu ada dikala saya membutuhkan bantuan, juga dikala senang maupun sedih serta selalu memberi semangat dari awal perkuliahan hingga saat ini.
9. Teruntuk Muhammad David yang selalu memberikan support dan doa, serta teman-temannya yang selalu memberikan banyak bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat setia saya, yaitu: Iffa Padilah, Elizabeth Rossa Theresia, Nadia Tika Adisti dan Dina Yuliana yang selalu ada, selalu menyemangati dan memberikan doa dari belakang layar.
11. Mahasiswa aktif Prodi Manajemen Angkatan 2020-2021, selaku responden yang sedia mengisi kuesioner, serta pihak-pihak yang berjasa dalam penyelesaian skripsi ini baik yang sengaja maupun tidak sengaja.

Tanjungpinang, 12 Juli 2024

Penulis



**Selvia Putri Dewi**

Nim 2004020044

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Pembatasan Masalah .....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> 10	
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Teori Komunikasi Pemasaran .....	10
2.1.2 <i>Word Of Mouth</i> .....	10
2.1.3 <i>Celebrity Endorser</i> .....	12
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.5 Kepercayaan Konsumen.....	16
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	24
2.5 Hipotesis.....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>



3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian .....	32
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	32
3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	36
3.4.1 Populasi .....	36
3.4.2 Sampel.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	42
3.6.2 Analisis SEM-PLS ( <i>Structural Equation Modeling-Partial Least Square</i> ) .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
4.1.1 Sejarah Singkat Marketplace Shopee.....	46
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	46
4.2 Hasil Penelitian .....	47
★ 4.2.1 Distribusi Kuesioner.....	47
4.2.2 Gambaran Umum Responden .....	48
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	50
4.3 Pembahasan Penelitian.....	55
4.3.1 Hasil Nilai Indeks Jawaban Responden .....	55
4.4 Evaluasi Model.....	56
4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	57
4.4.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	62
4.5 Pembahasan Hipotesis.....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

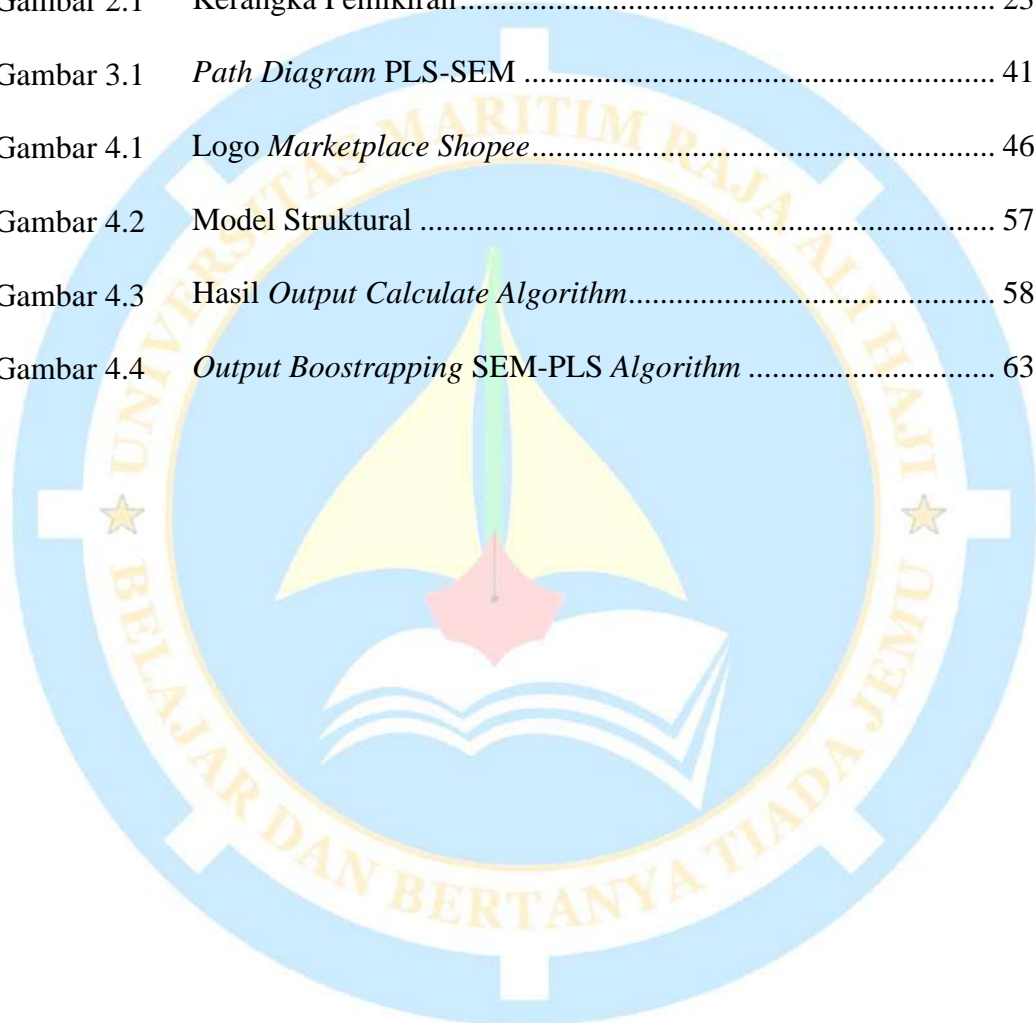
### Halaman

Tabel 2.1	Review Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	34
Tabel 3.2	Jumlah Mahasiswa Aktif Pada Program Studi Manajemen FEBM UMRAH Dari Angkatan 2020-2022 .....	36
Tabel 3.3	Jumlah Sampel .....	38
Tabel 3.4	Instrumen Skala <i>Likert</i> .....	40
Tabel 4.1	Distribusi Kuesioner.....	47
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.3	Identitas Responden Berdasarkan Status Angkatan.....	49
Tabel 4.4	Identitas Responden Berdasarkan Mahasiswa Pengguna <i>Marketplace Shopee</i> .....	49
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Word Of Mouth</i> .....	50
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .	51
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Konsumen.....	54
Tabel 4.9	Hasil Nilai Indeks Jawaban Responden .....	56
Tabel 4.10	<i>Loading Factor</i> .....	59
Tabel 4.11	<i>Output Cross Loading</i> .....	60
Tabel 4.12	<i>Output Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	61
Tabel 4.13	<i>Output Composite Reliability Dan Alpha C'ronbach</i> .....	62

Tabel 4.14	Uji Hipotesis ( <i>Path Coefficient Direct Effect</i> Maupun <i>Indirect Effect</i> ) .....	64
Tabel 4.15	Hasil Uji Kekuatan Model ( <i>Coefficient Determination</i> Atau <i>R-Square</i> ).....	66
Tabel 4.16	Hasil Uji Prediksi Keakuratan Model ( <i>Q<sup>2</sup> Predictive Relevance</i> ) .....	67
Tabel 4.17	<i>Path Coefficient Direct Effect Word Of Mouth</i> Terhadap Kepercayaan Konsumen .....	68
Tabel 4.18	<i>Path Coefficient Direct Effect Celebrity Endorser</i> Terhadap Kepercayaan Konsumen.....	69
Tabel 4.19	<i>Path Coefficient Direct Effect Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4.20	<i>Path Coefficient Direct Effect Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4.21	<i>Path Coefficient Direct Effect</i> Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 4.22	<i>Path Coefficient Direct Effect Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen .....	73
Tabel 4.23	<i>Path Coefficient Direct Effect Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen .....	74

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Grafik Persaingan Kunjungan 5 <i>E-Commerce</i> Terbaik Di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 <i>Celebrity Endorser</i> Pada Perusahaan .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	23
Gambar 3.1 <i>Path Diagram</i> PLS-SEM .....	41
Gambar 4.1 Logo <i>Marketplace Shopee</i> .....	46
Gambar 4.2 Model Struktural .....	57
Gambar 4.3 Hasil <i>Output Calculate Algorithm</i> .....	58
Gambar 4.4 <i>Output Bootstrapping SEM-PLS Algorithm</i> .....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran.2 Tabulasi Data Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 *Output Indeks* Jawaban Responden
- Lampiran 4 *Output* Olahan Data Penelitian Model Struktural
- Lampiran 5 Hasil *Output Calculate Algorithm*
- Lampiran 6 *Convergent Validity Loading Factor (Outer model)*
- Lampiran 7 Uji *Path Coefficient Bootstrapping PLS-SEM Algorithm*
- Lampiran 8 Penyebaran Kuesioner

