

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *HALAL KNOWLEDGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* SOMETHING PADA MASYARAKAT KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*



**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

Oleh :

**PRATAMI ARSUM GUSTI PUTRI  
2016030008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
IMAM BONJOL PADANG  
1446 H /2025 M**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “*Pengaruh Celebrity Endorsement, Online Customer Review dan Halal Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc pada Masyarakat Kota Padang*” yang disusun oleh **Pratami Arsum Gusti Putri, NIM. 2016030008** telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

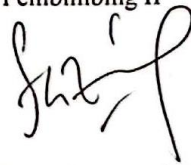
Padang, 2 Desember 2024

Pembimbing I



Dra. Hulwati, M.Hum., Ph.D  
NIP.196401131993032002

Pembimbing II



Faznil Husna S. Rasyad, MBA  
NIP : 198711052019032011

## PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Skripsi dengan judul “*Pengaruh Celebrity Endorsement, Online Customer Review dan Halal Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc pada Masyarakat Kota Padang*” disusun oleh Pratami Arsum Gusti Putri NIM. 2016030008 telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang, pada hari Senin, tanggal 13 Januari 2025, dan dinyatakan Lulus dan dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana program strata satu (S1) pada Prodi Manajemen Bisnis Syariah.

Padang, 3 Februari 2025

Tim Penguji

Ketua

  
**Dra. Hulwati, M.Hum., Ph.D**  
NIP.196401131993032002

Sekretaris

  
**Hesti Maria Putri, S.S., M.M**  
NIP. 198609303020122013

Anggota

Penguji I

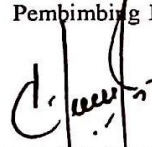
  
**Novia Indriani, S.E., M.Si**  
NIP. 197611022011012004

Penguji II

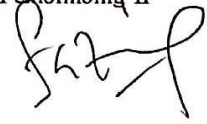
  
**Hesti Maria Putri, M.M**  
NIP. 198609303020122013

Pembimbing

Pembimbing I

  
**Dra. Hulwati, M.Hum., Ph.D**  
NIP.196401131993032002

Pembimbing II

  
**Faznil Husna S. Rasyad, MBA**  
NIP. 198711052019032011

Mengesahkan

  
**H. Ahmad Wira, M. Ag., M.Si., Ph.D**  
NIP. 197112011996031002

### PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Online Customer Review* dan *Halal Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Somethinc pada Masyarakat Kota Padang**” merupakan hasil karya, bukan tiruan, duplikasi ataupun karya yang sudah pernah diduplikasikan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di UIN Imam Bonjol Padang atau di perguruan tinggi lainnya. Kecuali bagian sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinil maka saya akan bersedia untuk dibatalkan keabsahan skripsi ini dan gelar kesarjanaan saya.

Padang, 10 Februari 2024

Yang Menyatakan



Pratami Arsum Gusti Putri  
NIM 2016030008

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah menciptakan manusia sebagai makhluk yang paling sempurna. Shalawat dan salam kita sanjungkan kepada pimpinan revolusioner umat Islam sedunia, yakni Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan umatnya yang selalu berpegang teguh hingga akhir zaman. Akhirnya penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Online Customer Review* dan *Halal Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Somethinc* pada Masyarakat Kota Padang”** ini dapat diselesaikan.

Tentunya penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi yang penulis lakukan bukanlah apa-apa jika dibandingkan dengan karya yang telah dan terdahulu, karena masih banyak kekurangan baik dalam penyusunan kata-kata maupun dalam penyajian analisisnya. Namun penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun penelitian ini.

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua, Ayahanda Sumardi Jamaris dan Ibunda Armadalis serta adik-adik penulis Al Quriatun Hasanah dan Aqil Zikrillah yang paling hebat dan tiada henti memberikan segala kasih sayang, cinta, bimbingan, do’a serta dorongan moril dan materil yang selalu diberikan untuk penulis, dan semua pihak yang telah memberikan arahan dan

bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Tidak lupa penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada nama-nama di bawah ini:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Martin Kustati, M.Pd selaku Rektor Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
2. Bapak H. Ahmad Wira, M. Ag., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
3. Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah Bapak Dr. Roni Andespa S.E, M.M dan Sekretaris jurusan Ibu Faznil Husna S. Rasyad, MBA.
4. Ibu Dra. Hulwati, M.Hum., Ph.D selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Faznil Husna S. Rasyad, MBA selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan arahan, dorongan, bimbingan, bantuan dan petunjuk yang sangat bermanfaat kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
5. Ibu Novia Indriani, S.E, M.Si. selaku penguji I dan Ibu Hesti Maria Putri, M.M selaku penguji II yang telah memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Terima kasih kepada para sahabat yang memperjuangkan gelar S.E yakni, Gita Filma Safitri, S.E, Mayada, S.E, Selvi Septiana, S.E, Silvany Putri, S.E, Yursahida, S.E, Nadia Bahrinaldi, S.E dan Fauzana Khairiah, S.E yang sudah banyak membantu, yang selalu menjadi

tempat berkeluh kesah dimasa kuliah dan selalu kebersamai setiap hal baik yang terjadi.

8. Terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya serta membalas kebaikan kita semua.
10. *Last but not least* kepada diri saya sendiri, apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan sampai sejauh ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat untuk kepentingan penelitian dan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang sesuai dengan fungsinya.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Padang, 13 Januari 2025

Penulis



Pratami Arsum Gusti Putri

2016030008

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Online Customer Review* Dan *Halal Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Somethinc* Pada Masyarakat Kota Padang**” disusun oleh Pratami Arsum Gusti Putri dengan NIM 2016030008, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Penelitian ini dilatar belakangi oleh meningkatnya popularitas produk *skincare* Somethinc di Indonesia khususnya Kota Padang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorsement*, *online customer review* dan *halal knowledge* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data primer menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang berjenis kelamin perempuan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu konsumen yang sudah berusia 17 tahun ke atas dan sudah pernah membeli produk *skincare* Somethinc. Perhitungan sampel menggunakan rumus *hair* sehingga diperoleh sebanyak 140 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan bantuan *software* SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan *celebrity endorsement* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), *online customer review* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dan *halal knowledge* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan variabel *celebrity endorsement*, *online customer review* dan *halal knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** *Celebrity Endorsement*, *Online Customer Review*, *Halal Knowledge*, Keputusan Pembelian

## DAFTAR ISI

|                                                 |           |
|-------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB I .....</b>                              | <b>1</b>  |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>                         | <b>1</b>  |
| A. Latar Belakang .....                         | 1         |
| B. Rumusan Masalah .....                        | 11        |
| C. Batasan Masalah .....                        | 11        |
| D. Tujuan Penelitian .....                      | 11        |
| E. Manfaat Penelitian .....                     | 12        |
| F. Sistematika Penulisan .....                  | 13        |
| <b>BAB II.....</b>                              | <b>15</b> |
| <b>LANDASAN TEORI .....</b>                     | <b>15</b> |
| A. Landasan Teori.....                          | 15        |
| B. Penelitian Terdahulu .....                   | 32        |
| C. Kerangka Berpikir.....                       | 38        |
| D. Hubungan Antar Variabel .....                | 39        |
| E. Hipotesis Penelitian.....                    | 41        |
| <b>BAB III .....</b>                            | <b>43</b> |
| <b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>              | <b>43</b> |
| A. Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian ..... | 43        |
| B. Populasi dan Sampel .....                    | 43        |
| C. Definisi Operasional Variabel.....           | 45        |
| D. Instrumen Penelitian .....                   | 47        |
| E. Teknik Pengambilan Data.....                 | 48        |
| F. Teknik Analisis Data.....                    | 48        |
| <b>BAB IV.....</b>                              | <b>56</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>    | <b>56</b> |
| A. Karakteristik Responden .....                | 56        |
| B. Hasil Penelitian .....                       | 56        |
| C. Hasil Pengujian Instrumen .....              | 67        |

|                                         |            |
|-----------------------------------------|------------|
| D. Hasil Pengujian Hipotesis .....      | 70         |
| E. Hasil dan Pembahasan Penelitian..... | 80         |
| <b>BAB V .....</b>                      | <b>92</b>  |
| <b>KESIMPULAN.....</b>                  | <b>92</b>  |
| A. Kesimpulan .....                     | 92         |
| B. Implikasi .....                      | 93         |
| C. Keterbatasan Penelitian.....         | 94         |
| D. Saran .....                          | 94         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>             | <b>95</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                    | <b>101</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....                              | 32 |
| Tabel 3. 1 Defenisi operasional .....                             | 46 |
| Tabel 3. 2 Skala Likert.....                                      | 47 |
| Tabel 3. 3 Pedoman Interpretasi Reliabilitas.....                 | 51 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....         | 57 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....    | 58 |
| Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> .....  | 59 |
| Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel <i>Online Customer Review</i> ..... | 61 |
| Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel <i>Halal Knowledge</i> .....        | 63 |
| Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....           | 65 |
| Tabel 4. 7 Uji Validitas.....                                     | 68 |
| Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas .....                                 | 69 |
| Tabel 4. 9 Uji Normalitas .....                                   | 70 |
| Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas.....                            | 71 |
| Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas .....                         | 72 |
| Tabel 4. 12 Uji Regresi Linear Berganda .....                     | 74 |
| Tabel 4. 13 Uji t .....                                           | 76 |
| Tabel 4. 14 Uji F .....                                           | 78 |
| Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi .....                       | 79 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pelaku Usaha Kosmetik.....                  | 2  |
| Gambar 1. 2 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce.....        | 4  |
| Gambar 1. 3 Top 5 Brand Perawatan Wajah Terlaris di E-Commerce..... | 5  |
| Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....                                  | 38 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                |     |
|------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....         | 102 |
| Lampiran 2: Tabulasi Data .....                | 107 |
| Lampiran 3: Validitas & Reliability .....      | 115 |
| Lampiran 4: Uji Asumsi Klasik .....            | 119 |
| Lampiran 5: Uji Analisis Linear Berganda ..... | 120 |
| Lampiran 6: Dokumentasi .....                  | 121 |