

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, DAYA TARIK
IKLAN DAN *E-WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PELEMBAB WARDAH DI APLIKASI
TIKTOK SHOP PADA GEN-Z DI KOTA PADANG
DIMEDIASI OLEH *BRAND TRUST***

SKRIPSI



Oleh:

FONI LANDA SARI

2110070530139

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi S1 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Baiturrahmah

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
PADANG**

2025

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BAITURRAHMAH

Skripsi, Agustus 2025

Foni Landa Sari

Pengaruh Celebrity Endorsement, Daya Tarik Iklan dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pelembab Wardah Di Aplikasi Tiktok Shop Pada Gen-Z Di Kota Padang Dimediasi Oleh Brand Trust

X+ 131 Halaman + 30 Tabel + 4 Gambar + 12 Lampiran

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Celebrity Endorsement (X1), Daya Tarik Iklan (X2), dan E-Word of Mouth (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk pelembab Wardah di aplikasi TikTok Shop pada Gen-Z di Kota Padang, dengan Brand Trust (Z) sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi penelitian adalah pengguna TikTok Shop yang pernah membeli produk pelembab Wardah di Kota Padang, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) menggunakan software SmartPLS 4.0.

Berdasarkan hasil penelitian variabel (X1) terhadap (Y) menunjukkan bahwa nilai *t-statistic* lebih besar dari *t-tabel* ($2,471 > 1,96$) dan nilai *P-value* lebih kecil dari 0,05 ($0,014 < 0,05$), artinya H1 diterima dan H0 ditolak. Variabel (X1) terhadap (Z) menunjukkan bahwa nilai *t-statistic* lebih kecil dari *t-tabel* ($0,706 < 1,96$) dan nilai *P-value* lebih besar dari 0,05 ($0,480 > 0,05$), artinya, H2 ditolak dan H0 diterima. Variabel (X2) terhadap (Y) menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar 2,607, yang lebih besar dari *t-tabel* ($2,607 > 1,96$), serta *P-value* sebesar 0,009, yang lebih kecil dari 0,05 ($0,009 < 0,05$), artinya, H3 diterima dan H0 ditolak. Variabel (X2) terhadap (Z) menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar 22,826 yang jauh melebihi nilai *t-tabel* ($22,826 > 1,96$) dan nilai *P-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), artinya, H4 diterima dan H0 ditolak. Variabel (X3) terhadap (Y) menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar 0,203 yang lebih kecil dari *t-tabel* ($0,203 < 1,96$) dan *P-value* sebesar 0,839 yang lebih besar dari 0,05 ($0,839 > 0,05$), artinya, H5 ditolak dan H0 diterima. Variabel (X3) terhadap (Z) menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar 1,555 yang masih lebih kecil dari *t-tabel* ($1,555 < 1,96$) dan *P-value* sebesar 0,120 yang lebih besar dari 0,05 ($0,120 > 0,05$), artinya H6 ditolak dan H0 diterima.

Pengaruh mediasi Variabel (X1) terhadap (Y) melalui (Z) diperoleh nilai *t-statistic* sebesar $0,150 < 1,96$ dan *P-value* sebesar $0,881 > 0,05$. Artinya, H8 ditolak dan H0 diterima. Variabel (X2) terhadap (Y) melalui (Z) menunjukkan bahwa nilai *t-statistic* sebesar $0,280 < 1,96$ dan *P-value* sebesar $0,780 > 0,05$. Artinya, H9 ditolak dan H0 diterima. Variabel (X3) terhadap (Y) melalui (Z) diperoleh nilai *t-statistic* lebih kecil dari *t-tabel* ($0,232 < 1,96$) dan nilai *P-value* lebih besar dari 0,05 ($0,817 > 0,05$). Artinya, H10 ditolak dan H0 diterima.

Kata Kunci : *Celebrity Endorsement*, Daya Tarik Iklan, *E-Word of Mouth*, Brand Trust, Keputusan Pembelian

Daftar Bacaan : 41 (2019–2025)

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

BAITURRAHMAH UNIVERSITY

Thesis, Agustus 2025

Foni Landa Sari

The Influence of Celebrity Endorsement, Advertising Attractiveness and E-Word of Mouth on Purchasing Decisions of Wardah Moisturizer Products on the TikTok Shop Application Among Gen-Z in Padang City Mediated by Brand Trust

X+ 131 Pages + 30 Tables + 4 Figures + 12 Appendices

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Celebrity Endorsement (X1), Advertising Appeal (X2), and E-Word of Mouth (X3) on Purchase Decisions (Y) for Wardah moisturizer products on the TikTok Shop application among Gen-Z in Padang City, with Brand Trust (Z) as a mediating variable. This study used a quantitative method with data collection through a questionnaire. The study population was TikTok Shop users who had purchased Wardah moisturizer products in Padang City, with a sample of 100 respondents selected using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) method using SmartPLS 4.0 software.

Based on the research results of variable (X1) against (Y) shows that the t-statistic value is greater than the t-table ($2.471 > 1.96$) and the P-value is less than 0.05 ($0.014 < 0.05$), meaning that H1 is accepted and H0 is rejected. Variable (X1) against (Z) shows that the t-statistic value is less than the t-table ($0.706 < 1.96$) and the P-value is greater than 0.05 ($0.480 > 0.05$), meaning that H2 is rejected and H0 is accepted. Variable (X2) against (Y) shows a t-statistic value of 2.607, which is greater than the t-table ($2.607 > 1.96$), and a P-value of 0.009, which is less than 0.05 ($0.009 < 0.05$), meaning that H3 is accepted and H0 is rejected. Variable (X2) against (Z) shows a t-statistic value of 22.826 which far exceeds the t-table value ($22.826 > 1.96$) and a P-value of 0.000 which is smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$), meaning, H4 is accepted and H0 is rejected. Variable (X3) against (Y) shows a t-statistic value of 0.203 which is smaller than the t-table ($0.203 < 1.96$) and a P-value of 0.839 which is greater than 0.05 ($0.839 > 0.05$), meaning, H5 is rejected and H0 is accepted. Variable (X3) against (Z) shows a t-statistic value of 1.555, which is still smaller than the t-table ($1.555 < 1.96$), and a P-value of 0.120, which is greater than 0.05 ($0.120 > 0.05$), meaning H6 is rejected and H0 is accepted.

The mediating effect of variable (X1) on (Y) through (Z) obtained a t-statistic value of $0.150 < 1.96$ and a P-value of $0.881 > 0.05$. This means that H8 is rejected and H0 is accepted. Variable (X2) against (Y) through (Z) shows a t-statistic value of $0.280 < 1.96$ and a P-value of $0.780 > 0.05$. This means that H9 is rejected and H0 is accepted. The t-statistic for variable (X3) against (Y) through (Z) is smaller than the t-table ($0.232 < 1.96$) and the p-value is greater than 0.05 ($0.817 > 0.05$). This means that H10 is rejected and H0 is accepted.

Keywords: *Celebrity Endorsement, Advertising Appeal, E-Word of Mouth, Brand Trust, Purchase Decision*

Reading List: *41(2019–2025)*

PERNYATAAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Daya Tarik Iklan, *E-Word Of Mouth Terhadap* Keputusan Pembelian Produk Pelembab Wardah Di Aplikasi TikTok Shop Pada Gen- Z di Kota Padang Dimediasi Oleh *Brand Trust*

Nama : Foni Landa Sari

NPM :2110070530139

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Sehubungan ini telah diperiksa, disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan LULUS dalam Ujian Komprehensif Pada Tanggal 28 Agustus 2025.

KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing I

Dr.Edi Suandi, MM

NIDN: 2101127702

Pembimbing II

Amrullah, SE.,M.Si

NIDN: 1014086201

PENGESAHAN DEKAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BAITURRAHMAH

Dr. Yefri Reswita, S.E.,M.Si., Akt.

NIDN : 1027017001

PERNYATAAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Daya Tarik Iklan, *E-Word Of Mouth Terhadap* Keputusan Pembelian Produk Pelembab Wardah Di Aplikasi TikTok Shop Pada Gen- Z di Kota Padang Dimediasi Oleh *Brand Trust*

Nama : Foni Landa Sari

NPM : 2110070530139

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Sehubungan ini telah diperiksa, disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan LULUS dalam Ujian Komprehensif Pada Tanggal 29 Agustus 2025.

KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing I

Dr.Edi Suandi, MM

NIDN: 2101127702

Pembimbing II

Amrullah, SE.,M.Si

NIDN : 1014086201

PENGESAHAN

Ketua Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BAITURRAHMAH

Rina Febriani, S.E.,M.Si

NIDN : 1008028401

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Foni Landa Sari

NPM : 2110070530139

**Dinyatakan Lulus Pada Ujian Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Baiturrahmah**

Dengan Judul :

**Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Daya Tarik Iklan, *E-Word Of Mouth*
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pelembab Wardah Di Aplikasi
TikTok Shop Pada Gen- Z di Kota Padang Dimediasi Oleh *Brand Trust***

Padang, Oktober 2025

Tim penguji

Tanda Tangan

- | | | |
|------------------|----------------------------|--------|
| 1. Ketua | : Rina Febriani, S.E.,M.Si | 1..... |
| 2. Penguji I | : Dr. Yulihardi, S.E.,MM | 2..... |
| 3. Penguji II | : Chandra Syaputra, SE.,MM | 3..... |
| 4. Pembimbing I | : Dr. Edi Suandi, MM | 4..... |
| 5. Pembimbing II | : Amrullah, S.E.,M.Si | 5..... |

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Foni Landa Sari

Tempat / Tanggal Lahir : Teratak Tempatih / 11 Oktober 2003

Jenis Kelamin : Perempuan

Jurusan : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Agama : Islam

Nama Ayah : Karnalis

Nama Ibu : Rahmayeni

Anak Ke : 1

Alamat : IV Koto Mudiek Teratak Tempatih, Kecamatan Batang Kapas, Kabupaten Pesisir Selatan, Provinsi Sumatera Barat.

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Sdn 29 Teratak Tempatih : Lulus Tahun 2015
2. Smpn 2 Batang Kapas : Lulus Tahun 2018
3. Sman 1 Painan : Lulus Tahun 2021
4. Universitas Baiturrahmah : Lulus Tahun 2025

KATA PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Allah memberikan hikmah (ilmu pengetahuan) kepada siapa yang dikehendakinya dan barang siapa yang diberi hikmah (ilmu pengetahuan) sesungguhnya telah diberi kebijakan yang banyak dan tak ada yang dapat mengambil pelajaran kecuali orang-orang yang berakal.

(Q.S Al-baqarah : 269)

Ya Allah Ya Rabb,

Terimakasih atas nikmat dan kehendak-Mu, telah memberikan kesehatan, kesempatan, pengalaman berharga, dan telah mempermudah segala urusanku untuk menyelesaikan skripsi ini. Segala Puji bagi-Mu Ya Rabb.

Allhamdulillahi rabbil'alamin...

Syukurku tak henti-hentinya kupersembahkan kepada Allah SWT atas takdir-Mu yang telah menjadikanku manusia yang berilmu. Berikanlah ilmu yang kudapat, ridhoilah gelar sarjanaku.

Sholawat dan salam untuk Nabi Muhammad SAW (Allahumma shalli' alaa sayyidina Muhammad wa'alla aali sayyidina Muhammad), atas perjuangan-Mu sehingga umatmu bisa menikmati kehidupan ini.

Skripsi ini ku persembahkan untuk ayah, mama, keluarga besar, dan orang-orang yang selalu memberi support selama menempuh pendidikan.

Untuk Ayah Tercinta

Untuk Ayahku tercinta, cinta pertama dan panutanku. Terima kasih atas segala pengorbanan dan kerja keras yang tak pernah berhenti, meski jarak sering memisahkan kita. Ayah yang rela merantau jauh, menahan rindu dan lelah demi memenuhi kebutuhan anak-anakmu. Setiap tetes keringatmu adalah bukti cinta yang tak ternilai, dan setiap langkahmu adalah doa yang kau titipkan untuk masadepanku. Aku bersyukur menjadi anak dari seorang Ayah sekuat dan setulusdirimu. Semoga karya kecil ini menjadi persembahan sederhana yang dapat membuatmu tersenyum bangga.

Untuk mama Tersayang

Pintu Surgaku untuk mama tercinta, wanita luar biasa yang selalu menjadi sumber kekuatan dan kasih sayang tanpa batas. Terima kasih atas setiap doa yang tak pernah henti, atas pelukan yang selalu menenangkan, dan atas kesabaranmu yang tak terukur dalam menuntunku. Mama, engkaulah tempatku kembali saat dunia terasa berat, dan alasan aku terus berjuang saat ingin menyerah. Kasih sayangmu mengajarkanku arti ketulusan, doamu menjadi penopang dalam setiap langkahku. Segala keberhasilan ini adalah bukti kecil dari besarnya cinta dan perjuanganmu. Terima kasih telah menjadi pelita yang tak pernah padam dalam hidupku. Mama aku bangga menjadi anakmu.

I Love You More Mom.

Untuk Adik-Adik ku Tersayang

Untuk dua adik perempuanku tercinta, Ayra Rahmadani dan Nadira Lismayeni. Kakak persembahkan karya sederhana ini untuk kalian berdua, sumber semangat dan keceriaan dalam hidup kakak. Terima kasih telah menjadi penghibur di kala lelah, penenang di saat sedih, dan alasan untuk terus berjuang lebih keras. Kehadiran kalian membawa warna, tawa, dan cinta yang tak ternilai dalam setiap langkah perjalanan ini. Semoga apa yang kakak capai hari ini bisa menjadi contoh kecil agar kalian tak pernah berhenti bermimpi dan berusaha. Ingatlah, bahwa kakak akan selalu ada untuk kalian, sebagaimana kalian selalu menjadi bagian terindah dalam hidup kakak.

Untuk Kakek Dan Nenek Tersayang

Untuk Kakek dan Nenek tercinta, dua sosok luar biasa yang telah menjadi bagian terpenting dalam hidupku. Terima kasih telah merawatku dengan penuh kasih sejak kecil hingga saat ini, menggantikan peran orang tua disaat orang tua ku dirantau dengan cinta yang begitu tulus. Setiap nasihat, doa, dan perhatian kalian menjadi kekuatan yang menuntunku sampai di titik ini. Kasih sayang kalian adalah anugerah terbesar yang Allah berikan dalam hidupku. Semoga keberhasilan ini menjadi ungkapan kecil dari rasa terima kasihku yang tak akan pernah cukup membalas semua pengorbanan dan cinta kalian.

Untuk Sepupu-Sepupuku

Untuk sepupu-sepupuku tersayang Tiara, Fais, Nessa dan Azila, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidupku tempat berbagi tawa, cerita, dan kebersamaan yang penuh makna. Kehadiran kalian membuat setiap momen terasa lebih hangat dan berwarna. Dan untuk Rayfa, Raysa, dan Rais, adik-adik kecil yang selalu membawa keceriaan, terima kasih telah menjadi sumber semangat dan senyum di hari-hariku. Tawa dan kepolosan kalian menjadi pengingat indah tentang arti kebahagiaan yang sederhana. Semoga kelak kalian tumbuh menjadi anak-anak hebat yang terus membanggakan keluarga, seperti kalian telah membahagiakanku.

Untuk Keluarga Besar

Terima kasih atas kasih sayang, perhatian, dan dukunganyang selalu kalian berikan. Kehangatan keluarga yang kalian ciptakan selalu menjadi tempat pulang yang menenangkan bagi diriku. Doa dan nasihat kalian menjadi penerang jalan di setiap langkah. Semoga kesehatan dan kebahagiaan selalu menyertai.

Untuk Dosen Pembimbing

Teristimewa bapak Dr.Edi Suandi, MM dan bapak Amrullah, S.E.,M.Si yang telah membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini. Terimakasih telah menjadi orang tua kedua peneliti di kampus, semoga ilmu dan pengalaman yang bapak dan ibu berikan mendapat balasan dari Allah SWT.

Untuk Seseorang yang Pernah Hadir

Untuk seseorang yang pernah hadir dalam hidup peneliti, meski kehadiranmu terkadang ada dan tiada, namun pernah menjadi bagian berharga dalam perjalanan ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, dan pelajaran yang kau tinggalkan. Dari hadirmu aku belajar tentang arti kebersamaan, dan dari ketidakhadiranmu aku belajar tentang keikhlasan.

Semoga di mana pun langkahmu berada, kebahagiaan dan kedamaian selalu menyertaimu.

Untuk Para Sahabatku

Untuk Stacia, teman kosan sekaligus sahabat seperjuangan sejak awal perkuliahan hingga wisuda. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, tawa, lelah, dan air mata selama perjalanan ini. Kita telah melalui banyak hal bersama dari hari pertama sebagai mahasiswa baru hingga akhirnya mengenakan toga dengan bangga. Kehadiranmu membuat setiap langkah terasa lebih ringan dan penuh warna. Semoga persahabatan ini tetap abadi, sebagaimana kenangan indah yang akan selalu peneliti kenang selamanya.

Untuk Sahabat-sahabat seperjuangan Anjelika, Weni, Rahma, Syifa, Olifiah dan Vinta, yang selalu hadir di setiap langkah perjalanan kuliah ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari kisah luar biasa menemani peneliti dari ngajuin judul, sidang sempro, kompre, hingga yudisium bahkan wisuda. Kebersamaan, semangat, dan tawa kalian adalah penguat di setiap masa sulit dan saksi di setiap pencapaian.

Semoga persahabatan dan kenangan indah ini tak akan pernah pudar, meski perjalanan kita kini menempuh arah yang berbeda. Thanks guys

Untuk Diriku Sendiri

Untuk diriku sendiri, Foni Landa Sari yang telah melalui banyak hal dengan hati yang kuat dan sabar. Terima kasih telah bertahan dalam setiap perjuangan, menghadapi lelah dan ragu tanpa pernah menyerah. Setiap langkah yang ditempuh, setiap air mata yang pernah jatuh, kini terbayar dengan kebanggaan yang pantas dirasakan. Hari ini, tersenyumlah dengan bangga, karena semua usaha dan doa akhirnya membawamu sampai di titik ini. Semoga dirimu selalu menjadi sosok yang kuat, tulus, dan tak pernah berhenti bermimpi.

Skripsi ini adalah bukti nyata bahwa aku bangga pada diriku sendiri yang telah mampu bertahan dan sampai pada titik ini.

Motto

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS.Al-in syirah 56)

“Tidak ada perjuangan yang sia-sia, dan tidak ada ujian yang datang tanpa alasan.”

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Foni Landa Sari

Npm : 2110070530139

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan tindakan plagiasi dalam penulisan skripsi saya yang berjudul *Pengaruh Celebrity Endorsement, Daya Tarik Iklan, E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pelembab Wardah Di Aplikasi TikTok Shop Pada Gen- Z di Kota Padang Dimediasi Oleh Brand Trust.*

Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah diterapkan.

Padang, Oktober /2025

Foni Landa Sari

2110070530139

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Daya Tarik Iklan dan *E-Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pelembab Wardah di Aplikasi Tiktok Shop Pada Gen-Z di Kota Padang dimediasi Oleh *Brand Trust*”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari tahap awal sampai pada tahap akhir penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini:

1. Ibu Dr. Yefri Reswita, S.E., M.Si., Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah Padang.
2. Ibu Tilawatil Ciseta Yoda, SE., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah.
3. Bapak Harry Wahyudi, Ph.D selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah.
4. Ibu Rina Febriani, SE., M.Si selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah.

5. Kedua Orang Tua dan Keluarga yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil serta do'a yang selalu dipanjatkan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah.
7. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2021 yang telah membantu menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata , peneliti berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi. Peneliti terbuka terhadap kritik dan saran demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberi mamfaat demi pengembangan ilmu.

Padang, Oktober 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	23
1.3 Tujuan Penelitian.....	24
1.4 Manfaat Penelitian.....	26
BAB II LANDASAN TEORI	27
2.1 Kajian Teori.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	39
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	42
2.4 Kerangka Penelitian.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Waktu & Tempat Penelitian	53
3.2.1 Waktu Penelitian.....	53
3.2.2 Tempat Penelitian	53
3.3 Variabel Penelitian	53
3.3.1 Variabel Dependen (Terikat)	54
3.3.2 Variabel Independen (Bebas)	54
3.3.3 Variabel Mediasi (Intervening).....	54
3.4 Populasi dan Sampel.....	54
3.4.1 Populasi	54
3.4.2 Sampel	55
Tabel 3. 1 Kriteria Sampel.....	55
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	55
3.6 Jenis dan Sumber Data	57
3.6.1 Jenis Data.....	57
3.6.2 Sumber Data	57

4.7.3 Pengaruh Langsung Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	113
4.7.4 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Trust.....	114
4.7.5 Pengaruh Langsung E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	115
4.7.6 Pengaruh E-Wom Terhadap Brand Trust	116
7.4.7 Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian.....	117
7.4.8 Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust	119
7.4.9 Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust.....	120
4.7.10 Pengaruh E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust.....	121
4.7.11 Metode Akhir.....	122
BAB V PENUTUP	125
5.1 Kesimpulan.....	125
5.2 Implikasi	128
5.3 Keterbatasan Penelitian	129
5.4 Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN.....,	139

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia	4
Tabel 1. 2 Data Top Brand Pelembab Wardah dan Pond's.....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3. 1 Kriteria Sampel	55
Tabel 3. 2 Banyak Sampel Per Kecamatan	56
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	60
Tabel 3. 4 Skor Jawaban Setiap Pernyataan.....	62
Tabel 3. 5 Tingkat Pencapaian Responden	63
Tabel 3. 6 Kriteria Pengujian Validitas Convergent	66
Tabel 3. 7 Kriteria Pengujian Validitas Discriminant	67
Tabel 3. 8 Gambar Kriteria Uji Reliabilitas	67
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan.....	77
Tabel 4. 5 TCR Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	78
Tabel 4. 6 TCR Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> (X1).....	81
Tabel 4. 7 TCR Variabel Daya Tarik Iklan (X2)	84
Tabel 4. 8 TCR Variabel <i>E-Word of Mouth</i>	87
Tabel 4. 9 TCR Variabel <i>Brand Trust</i> (Z).....	91
Tabel 4. 10 Hasil Uji Convergent Validity	94
Tabel 4. 11 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	95
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas	96
Tabel 4. 13 Convergent Validity	97
Tabel 4. 14 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	98
Tabel 4. 15 Nilai R Square dan R S square Adjusted	100
Tabel 4. 16 Effect Size (F-Square).....	102
Tabel 4. 17 Direct Effect (Pengaruh Langsung Antar Variabel)	107
Tabel 4. 18 Specific Indirect Effect	109
Tabel 4. 19 Kesimpulan Hipotesis.....	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia	6
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	51
Gambar 4. 1 Hasil Uji Hipotesis	106
Gambar 4. 2 Metode Akhir Kerangka Penelitian.....	122

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Survel Awal	139
Lampiran 2 Kuesioner penelitian	142
Lampiran 3 Distribusi Jawaban Responden Uji Valid	152
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	154
Lampiran 5 Hasil Uji Tcr	158
Lampiran 6 Tabulasi Penelitian 100 Sampel	160
Lampiran 7 Hasil Olah Data Penelitian	163
Lampiran 8 Saps.....	166
Lampiran 9 Turnitin	173
Lampiran 10 Kartu Bimbingan	177
Lampiran 11 Kartu Seminar Proposal.....	180
Lampiran 12 Dokumentasi	182