PENGARUH E-WOM, *BRAND AWARENESS*, *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP NIAT BELI
(Studi pada Konsumen Lemonilo di Jakarta Barat)

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Nama : Kasyafna Marwah Azzahra

Nim : 43122010113

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH E-WOM, *BRAND AWARENESS*, *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP NIAT BELI
(Studi pada Konsumen Lemonilo di Jakarta Barat)

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Nama : Kasyafna Marwah Azzahra
Nim : 43122010113

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Kasyafna Marwah Azzahra
NIM	:	43122010113
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi & Bisnis/ Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
"PENGARUH E-WOM, BRAND AWARENESS, CELEBRITY ENDORSER TERHADAP NIAT BELI (Studi pada Konsumen Lemonilo di Jakarta Barat)" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Maret 2026



Kasyafna Marwah Azzahra
43122010113

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: KASYAFNA MARWAH AZZAHRA
NIM	: 43122010113
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH E-WOM, BRAND AWARENESS, CELEBRITY ENDORSER TERHADAP NIAT BELI (Studi pada Konsumen Lemonilo di Jakarta Barat)
Hasil Pengecekan Turnitin	: 27%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **27%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 10 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/September/10/0000001358/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Kasyafna Marwah Azzahra
NIM	:	43122010113
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH E-WOM, BRAND AWARENESS, CELEBRITY ENDORSER TERHADAP NIAT BELI(Studi pada Konsumen Lemonilo di Jakarta Barat)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 07 Maret 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Zulfitri, MP., M.M
NIDN/NUPTK: 8989090024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-03266254

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh *E-WOM, Brand Awareness, Celebrity Endorser* Terhadap Niat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Lemonilo di Jakarta Barat)"**. Skripsi ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan salah satu syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Assoc. Prof. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Zulfitri, MP., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, perhatian, serta ilmu yang sangat bermanfaat. Melalui bimbingan, motivasi, serta arahan beliau, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Segala bentuk dukungan yang telah diberikan menjadi bagian yang sangat berarti dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
5. Ibu Dr. Dewi Murtiningsih, S.KH., M.M., selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi.
6. Bapak Chairiel Oktaviar, S.E., M.M., selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada penulis.

lib.mercubuana.ac.id

8. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
9. Teristimewa, untuk kedua orang tua tercinta, yakni Almarhumah Ibu Silmi yang senantiasa hadir dalam doa dan kenangan indah yang tak pernah pudar, serta Ayah saya, Syafril, yang dengan kasih sayang dan keteguhannya terus memberikan dukungan di setiap langkah saya. Tidak lupa, kepada abang dan adik saya yang telah menjadi sumber semangat, doa, serta dukungan moral dan material yang tiada henti, serta memberikan banyak inspirasi hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang tulus kepada Tante Desi Dela Rossa dan Om putera ikhsan atas waktu, perhatian, serta bantuan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Dukungan yang diberikan, baik secara moril maupun melalui kemudahan fasilitas, sangat membantu dan menjadi bagian penting dalam kelancaran tugas akhir ini.
11. Teman-teman terbaik saya yaitu Maura, Nandita,Kalyca, Cika, Della, Dilla, , Cira, Tara yang selalu memberikan semangat, dukungan, tawa, dan kebersamaan yang menyenangkan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian sangat berarti bagi penulis.

Penulis Menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 18 Februari 2026

Kasyafna Marwah Azzhra

NIM 43122010113

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Kasyafna Marwah Azzahra
NIM	: 43122010113
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi & Bisnis/ Manajemen
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH E-WOM, BRAND AWARENESS, CELEBRITY ENDORSER TERHADAP NIAT BELI (Studi pada Konsumen Lemonilo di Jakarta barat)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 September 2026

Yang menyatakan,



Kasyafna Marwah Azzahra

43122010113

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH E-WOM, *BRAND AWARENESS, CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP NIAT BELI
(Studi pada Konsumen Lemonilo di Jakarta Barat)

Kasyafna Marwah Azzahra

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* (E-WOM), *brand awareness*, dan *celebrity endorser* terhadap niat beli konsumen terhadap produk Lemonilo. Penelitian ini dirancang dengan pendekatan kuantitatif berdesain *asosiatif kausal*, dengan jumlah responden sebanyak 174 orang yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berskala *Likert*, yang selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). Berdasarkan temuan analisis memperlihatkan bahwa E-WOM, *brand awareness*, dan *celebrity endorser* secara serempak memberikan dampak positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen. Hal ini berarti, ulasan digital yang semakin baik, kesadaran merek yang semakin kuat, serta sosok endorser yang semakin kredibel dan menarik, akan mendorong peningkatan niat beli konsumen terhadap produk Lemonilo.

***Kata Kunci**: E-WOM, Brand Awareness, Celebrity Endorser, Niat Beli*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH E-WOM, *BRAND AWARENESS*, *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP NIAT BELI
(Studi pada Konsumen Lemonilo di Jakarta Barat)

Kasyafna Marwah Azzahra

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of electronic word-of-mouth (E-WOM), brand awareness, and celebrity endorsers on consumer purchase intention regarding Lemonilo products. The study employs a quantitative approach with a causal-associative design, involving 174 respondents selected through purposive sampling. Data were collected via Likert-scale questionnaires and subsequently analyzed using the Partial Least Squares (PLS) method. The analysis reveals that E-WOM, brand awareness, and celebrity endorsers collectively exert a positive and significant impact on consumer purchase intention. This indicates that improved digital reviews, stronger brand awareness, and more credible and appealing celebrity endorsers drive an increase in consumer purchase intention for Lemonilo products.

Keywords*: E-WOM, Brand Awareness, Celebrity Endorser, Purchase Intention*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah 14
1.3 Tujuan Penelitian 14
1.4 Kontribusi Penelitian 15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **16**
2.1 Kajian Pustaka 16
2.1.1 Manajemen Pemasaran 16
2.1.2 Perilaku Konsumen 16
2.1.3 Niat Beli 21
2.1.4 E- WOM (*Electronic Word of Mouth*) 22
2.1.5 *Brand Awareness* 24
2.1.6 *Celebrity Endorser* 26
2.1.7 Penelitan Terdahulu 27
2.2 Pengembangan Hipotesis 31
2.2.1 Pengaruh E-WOM Terhadap Niat Beli 31

lib.mercubuana.ac.id

2.2.2 Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Niat Beli 32
2.2.3 Pengaruh *Celebrity Endoser* terhadap Niat Beli 32
2.3 Kerangka Konseptual 33
BAB III METODE PENELITIAN 35
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 35
3.2 Desain Penelitian 35
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel 36
3.3.1 Definisi Variabel Penelitian 36
3.3.2 Operasionalisasi Variabel 37
3.4 Skala Pengukuran Variabel 40
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian 41
3.5.1 Populasi Penelitian 41
3.5.2 Sampel Penelitian 41
3.6 Metode Pengumpulan Data 42
3.7 Metode Analisis Data 43
3.7.1 Analisis Deskriptif 43
3.7.2 Analisis *Partial Least Square* 44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 49
4.2 Analisis Deskriptif 50
4.2.1 Karakteristik Responden 50
4.2.2 Deskriptif Variabel 54
4.3 Analisis Data 59
4.3.1 Evaluasi *Measurement* (*Outer Model*) 59
4.3.2 Pengujian Model Struktural dan Uji Hipotesis (*Inner model*) 64
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 69
BAB VKESIMPULAN DAN SARAN 72
5.1 Simpulan 72
5.2 Saran 72
DAFTAR PUSTAKA 75
LAMPIRAN 84

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Negara Pengonsumsi Mi Instan Terbanyak Tahun 2024 1
Tabel 1. 2 Daftar kompetior 4
Tabel 1. 3 Pra Survey Penelitian 13
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 28
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian 38
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert 41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 51
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 52
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 53
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 53
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel E-WOM 54
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variable Brand Awareness 55
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Celebrity Endorse 56
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli 58
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Convergent Validity 59
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Discriminant Validity 61
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Average variance extracted (AVE) 63
Tabel 4. 14 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha 63
Tabel 4. 15 R-Square 64
Tabel 4. 16 f-Square 65
Tabel 4. 17 Q-Square 66
Tabel 4. 18 Uji Hipotesis 67

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Mengonsumsi Makanan dan Minuman Berisiko 2
Gambar 1. 2 Informasi Gizi Produk Makanan 5
Gambar 1. 3 Merek Mie instans kemasan tahun 2025 6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual 33
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS 61
Gambar 4. 2 Hasil Uji Bootstrapping..... 67

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... 84
Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden 91
Lampiran 3 Hasil Olah Data Pls.....114

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id