

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul pengaruh *celebrity endorsement*, testimoni dan keamanan transaksi terhadap keputusan pembelian produk kecantikan hanasui di *online shop* Shopee pada mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang. Rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh *celebrity endorsement* terhadap keputusan pembelian produk kecantikan hanasui di *online shop* Shopee pada mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang, apakah ada pengaruh testimoni terhadap keputusan pembelian produk kecantikan hanasui di *online shop* Shopee pada mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang, dan apakah ada pengaruh keamanan transaksi terhadap keputusan pembelian produk kecantikan hanasui di *online shop* Shopee pada mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorsement* terhadap keputusan pembelian produk kecantikan hanasui di *online shop* Shopee pada mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang, untuk menganalisis pengaruh testimoni terhadap keputusan pembelian produk kecantikan hanasui di *online shop* Shopee pada mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang dan untuk menganalisis pengaruh keamanan transaksi terhadap keputusan pembelian produk kecantikan hanasui di *online shop* Shopee pada mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.

Penentuan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang yang pernah berbelanja produk kecantikan merek hanasui di Shopee. Kemudian karna populasi tidak diketahui, maka penentuan sampel menggunakan rumus Rao Purba menghasilkan 96 orang jumlah responden mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang yang biasa atau pernah berbelanja produk kecantikan merek hanasui di Shopee. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui *googleform*. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi

linier berganda, Uji parsial (uji t), Uji simultan(Uji F), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel keputusan pembelian diatas, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 71,5 – 79,7. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 382,2 dan nilai rata-rata indeks untuk variabel keputusan pembelian yaitu sebesar 76,44 berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel *celebrity endorsement* diatas, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 73,5 – 77,9. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 381,2 dan nilai rata-rata indeks untuk variabel *online customer review* yaitu sebesar 76,24 berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel testimoni diatas, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 76,5 – 78,5. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 232,6 dan nilai rata-rata indeks 46,5 berada dalam kategori Sedang. Jawaban responden mengenai keamanan transaksi (X3) berkisaran antara 77,2-80,4 Sementara untuk nilai rata-rata indeks variabel keamanan transaksi (X3) yaitu sebesar 78,48 berada dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda  $Y = 6,188 + 0,396 X_1 + 0,327 X_2 + 0,248 X_3$ . Diketahui konstan regresi sebesar 6,188, koefisien regresi  $b_1 = 0,396$ , koefisien regresi  $b_2 = 0,327$  dan koefisien regresi  $b_3 = 0,248$ . Nilai konstan sebesar 6,188 artinya jika nilai *celebrity endorsement* (X1), testimoni (X2) dan keamanan transaksi (X3) sama dengan nol, maka keputusan pembelian (Y) memiliki nilai sebesar 6,188 satuan. Koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,396 artinya jika nilai *celebrity endorsement* (X1) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,396 satuan. Koefisien regresi bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif *celebrity endorsement* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Koefisien regresi ( $b_2$ ) sebesar 0,327 artinya jika testimoni (X2) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,327 satuan. Koefisien regresi bernilai positif, artinya terdapat pengaruh positif testimoni (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Koefisien regresi ( $b_3$ ) sebesar 0,248 artinya jika keamanan transaksi (X3) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka

keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,248 satuan. Koefisien regresi bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif keamanan transaksi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Implikasi Terapan: Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa masukan sebagai berikut. Dengan diketahui bahwa Variabel *Celebrity endorsement* pada Shopee berada dikategori tinggi dan indikator yang rendah yaitu pada pernyataan Produk kecantikan Hanasui mempengaruhi pandangan saya terhadap daya tarik fisik *celebrity*, dengan indeks 73,5 hal ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan. Dengan diketahui Variabel Testimoni pada shopee berada dikategori tinggi dan indikator yang rendah yaitu pada pernyataan Testimoni yang masuk akal dan sesuai fakta dari pembeli produk kecantikan Hanasui merupakan pengakuan untuk mempengaruhi keputusan pembelian produk tersebut, dengan nilai indeks 76,5 hal ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan. Dengan diketahui Variabel Keamanan transaksi pada shopee berada dikategori tinggi dan indikator yang rendah yaitu pada pernyataan Saya merasa lebih yakin untuk membeli produk kecantikan Hanasui dishopee, karena saya percaya dengan kualitas produk tersebut, dengan nilai indeks 77,2 hal ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan hanasui di *online shop* Shopee pada mahasiswa Universitas Artha Wacana Kupang, secara parsial testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan hanasui di *online shop* shopee pada mahasiswa Universitas Artha Wacana Kupang, secara parsial keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan hanasui di *online shop* shopee pada mahasiswa Universitas Artha

Wacana Kupang dan secara simultan *celebrity endorsement*, testimoni dan keamanan transaksi berpengaruh secara bersama- sama terhadap keputusan pembelian produk kecantikan hanasui di *online shop* Shopee pada mahasiswa Universitas Artha Wacana Kupang

**Kata Kunci:** *Celebrity Endorsement*, **Testimoni, Keamanan Transaksi, Keputusan Pembelian.**