

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKANAN ONLINE DENGAN TESTIMONI PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA ANGGOTA KARANG TARUNA GUPOLO DAN
POLOREJO KECAMATAN BABADAN KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI



Nama : Farid Alfiansyah
Nim : 21415599
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKANAN ONLINE DENGAN TESTIMONI PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA ANGGOTA KARANG TARUNA GUPOLO DAN
POLOREJO KECAMATAN BABADAN KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat – syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Oleh:

Nama : Farid Alfiansyah

Nim : 21415599

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Pengetahuan Produk dan *Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Online dengan Testimoni Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Anggota Karang Taruna Gupolo dan Polorejo Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo

Nama : Farid Alfiansyah

NIM : 21415599

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo 01-12-1998

Program Studi : Manajemen

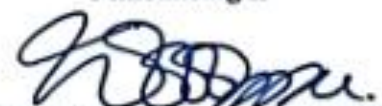
Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengikuti ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 12 Maret 2025

Pembimbing I


Naning Kristiyana, S.E., M.M.
NUPTK. 2253753654230083

Pembimbing II


Wahna Widhianingrum, SP., M.M.
NUPTK. 3439764665230213

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

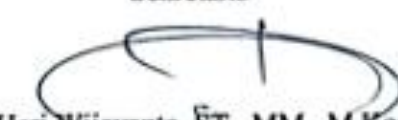

Dr. H. H. Sumarsono, SE., M.Si.
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji

Ketua


(Naning Kristiyana, S.E., M.M.)
NUPTK. 2253753654230083

Sekretaris


(Dr. H. H. Wijayanto, ST., MM., M.Kom.)
NUPTK. 0857752653130142

Anggota


(Diana Pramudya Wardhani, S.E., MM.)
NUPTK. 0741761662230202

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu institusi pendidikan dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 13. Februari 2025



Farid Alfiansyah
NIM. 21415599



MOTTO

“Percaya pada kerja keras, Jangan percaya pada keberuntungan”



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Tiada lembar paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT. Yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kepada Bapak Sugianto, Bapak terhebat saya yang selalu menjadi motivator dan penyemangat Sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada hentihentinya memberikan kasih sayang yang baik dari segi finansial dan pengetahuan. Walaupun beliau tidak merasakan bangku perkuliahan dan hanya mengenyam pendidikan sampai SLTP, namun beliau telah mampu mendidik, membimbing dan menjadi angin pendorong bagi penulis untuk menyelesaikan pendidikan sampai gelar sarjana.
3. Kepada Ibu Ismiatin yang tak kalah penting dihidup saya. Ibu tercinta yang tidak pernah berhenti memberikan do'a dan kasih sayang yang tulus, Perhatiannya, Motivasinya serta Nasihat yang beliau berikan selama perjalanan hidup saya, sehingga saya bisa sampai dititik ini.
4. Kepada teman kuliah saya satu kelas semua, yang sudah memberikan semangat, support dan membantu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Kepada NIM21415567 Anggi Mai Saputra dan NIM21415448 Yafi Hafizh Tsany Affandy yang selalu setia menemani perjalanan saya dari pertama kali masuk kelas hingga sampai saat ini, yang selalu menjadi pendengar yang baik, penghibur, tempat bertukar cerita senang susah keluh kesah dan saling support hingga pengerjaan skripsi ini selesai. Semoga silaturahmi ini tidak pernah putus.
6. Kepada partner kerja, mitra kerja dan pelanggan, yang selalu mengerti disaat pengerjaan skripsi berlangsung dan mensupport agar cepat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Terakhir, kepada saya sendiri Farid Alfinsyah. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha, selalu semangat dan tidak menyerah, serta

senantiasa menikmati setiap prosesnya yang terbilang tidak mudah, ini sulit tapi aku berhasil.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk dan *Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Online dengan Testimoni Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Anggota Karang Taruna Gupolo dan Polorejo Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo”.

Penyelesaian skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Naning Kristiyana, S.E.,M.M. selaku ketua program studi manajemen fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Naning Kristiyana, S.E.,M.M. Selaku pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu serta memberikan tuntunan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
4. Ibu Wahna Widhianingrum, SP., M.M. selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
5. Ketua dan Anggota Anggota Karang Taruna Gupolo dan Polorejo Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo yang telah bersedia membantu memberikan informasi dan data yang dibutuhkan oleh peneliti
6. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang membantu dalam kebutuhan administrasi.
7. Orang tua dan orang terdekat yang selalu mendo'akan keberhasilan peneliti.
8. Seluruh rekan S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang saling membantu dan mendoakan agar skripsi dapat diselesaikan dengan baik.
9. Semua pihak yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini berguna baik bagi diri saya sendiri maupun bagi pihak lain yang memanfaatkannya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Ponorogo, 10 Februari 2025



Farid Alfiansyah
NIM. 21415599



DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN	iv
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
RINGKASAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Manajemen	11
2.1.2. Pemasaran	14
2.1.3. Perilaku Konsumen	24
2.1.4. Keputusan Pembelian	30
2.1.5. Testimoni Pelanggan	34
2.1.6. Pengetahuan Produk	39
2.1.7. <i>Endorser</i>	43
2.2. Hasil Penelitian yang Relevan.....	46
2.3. Kerangka Pemikiran	48
2.4. Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	65

3.1. Ruang Lingkup Penelitian	65
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	65
3.2.1. Populasi.....	65
3.2.2. Sampel.....	66
3.3. Jenis dan Sumber Data	67
3.3.1. Jenis Data	67
3.3.2. Sumber Data	67
3.4. Teknik Pengumpulan Data	67
3.4.1. Observasi	68
3.5.2. Studi Pustaka	68
3.5.3. Kuesioner	69
3.5. Definisi Operasional Variabel	69
3.5.1. Variabel Independen	69
3.7.2. Variabel Dependen	70
3.6. Teknik Analisis Data	71
3.6.1. Uji Instrumen Penelitian	71
3.6.2. Korelasi Berganda	73
3.6.3. Analisis Jalur	74
3.6.4. Koefisien Determinasi	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	76
4.1. Gambaran Umum Kecamatan Babadan	76
4.1.1. Kondisi Fisik dan Geografis Kecamatan Babadan	77
4.1.2. Kependudukan dan Ketenagakerjaan Kecamatan Babadan.....	78
4.1.3. Pertanian di Kecamatan Babadan	78
4.2. Hasil Uji Instrumen	79
4.2.1. Hasil Uji Validitas.....	79
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	81
4.3. Hasil Uji Deskriptif	83
4.3.1. Profil Responden.....	83
4.3.2. Tanggapan Responden	85
4.4. Hasil Uji Hipotesis	91
4.4.1. Analisis Jalur.....	91
4.5. Pembahasan	107

4.5.1. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Anggota Karang Taruna Gupolo dan Polorejo Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo	107
4.5.2. Pengaruh <i>Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada Anggota Karang Taruna Gupolo dan Polorejo Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo	109
4.5.3. Pengaruh Langsung Pengetahuan Produk Terhadap Testimoni Pelanggan pada Anggota Karang Taruna Gupolo dan Polorejo Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo	111
4.5.4. Pengaruh <i>Endorser</i> Terhadap Testimoni Pelanggan pada Anggota Karang Taruna Gupolo dan Polorejo Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo	114
4.5.5. Pengaruh Langsung Testimoni Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian pada Anggota Karang Taruna Gupolo dan Polorejo Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo	116
4.5.6. Testimoni Pelanggan Memediasi Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Anggota Karang Taruna Gupolo dan Polorejo Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo.....	118
4.5.7. Testimoni Pelanggan Memediasi Pengaruh <i>Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada Anggota Karang Taruna Gupolo dan Polorejo Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo	121
BAB V PENUTUP	124
5.1. Kesimpulan.....	124
5.2. Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN.....	131

DAFTAR TABEL

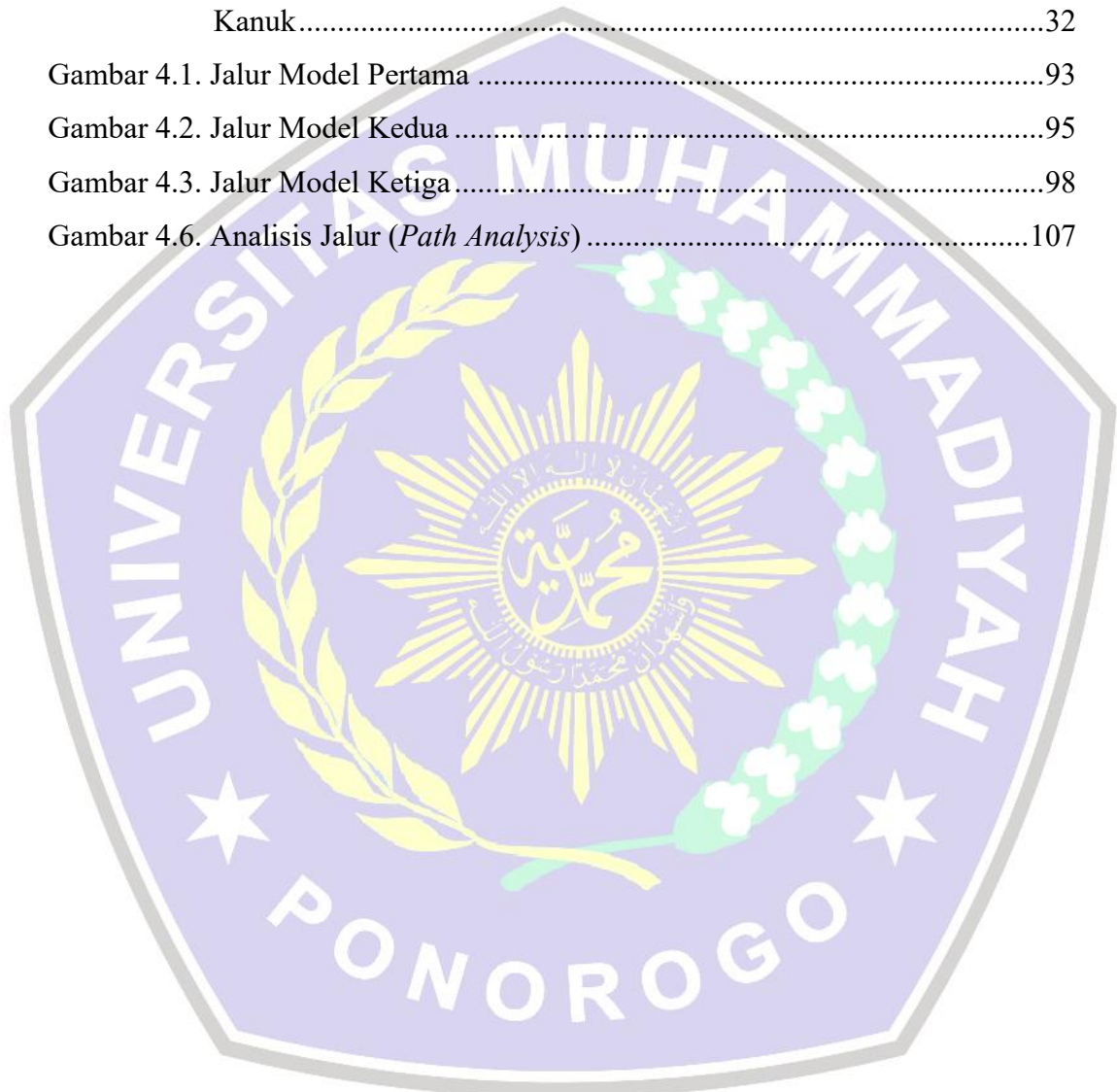
Tabel 1.1. Top Brand Indeks Jasa Ekspedisi di Indonesia 2017-2020.....	2
Tabel 2.1. Hasil Penelitian yang Relevan	46
Tabel 3.1. Bobot Nilai Setiap Pernyataan	58
Tabel 4.1. Data luas wilayah Kecamatan Babadan menurut Kelurahan/Desa Berdasarkan Penggunaan Lahan.....	77
Tabel 4.2. Data Komoditas Tanaman Pangan Kecamatan Babadan	78
Tabel 4.3. Uji Validitas	80
Tabel 4.4. Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.5. Jumlah Responden Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Tabel 4.6. Jumlah Responden Berdasarkan Umur	83
Tabel 4.7. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	83
Tabel 4.8. Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan.....	84
Tabel 4.9. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Variabel Pengetahuan Produk	85
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Variabel <i>Endorser</i>	86
Tabel 4.12. Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	87
Tabel 4.13. Tanggapan Responden Variabel Testimoni Pelanggan	89
Tabel 4.14. Pengaruh Pengetahuan Produk dan <i>Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
Tabel 4.15. Uji t Pengaruh Pengetahuan Produk dan <i>Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
Tabel 4.16. Pengaruh Langsung Pengetahuan Produk dan <i>Endorser</i> Terhadap Testimoni Pelanggan	93
Tabel 4.17. Uji t Pengaruh Pengetahuan Produk dan <i>Endorser</i> Terhadap Testimoni Pelanggan	93
Tabel 4.18. Pengaruh Pengetahuan Produk, <i>Endorser</i> dan Testimoni Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
Tabel 4.19. Pengaruh Pengetahuan Produk, <i>Endorser</i> dan Testimoni Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
Tabel 4.20. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R ² Pada Model Pertama	98

Tabel 4.21. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R2 Pada Model Kedua.....	99
Tabel 4.22. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R2 Pada Model Ketiga.....	99
Tabel 4.23. Uji t Model Pertama.....	100
Tabel 4.24. Uji t Model Kedua.....	101
Tabel 4.25. Uji t Model Ketiga	103



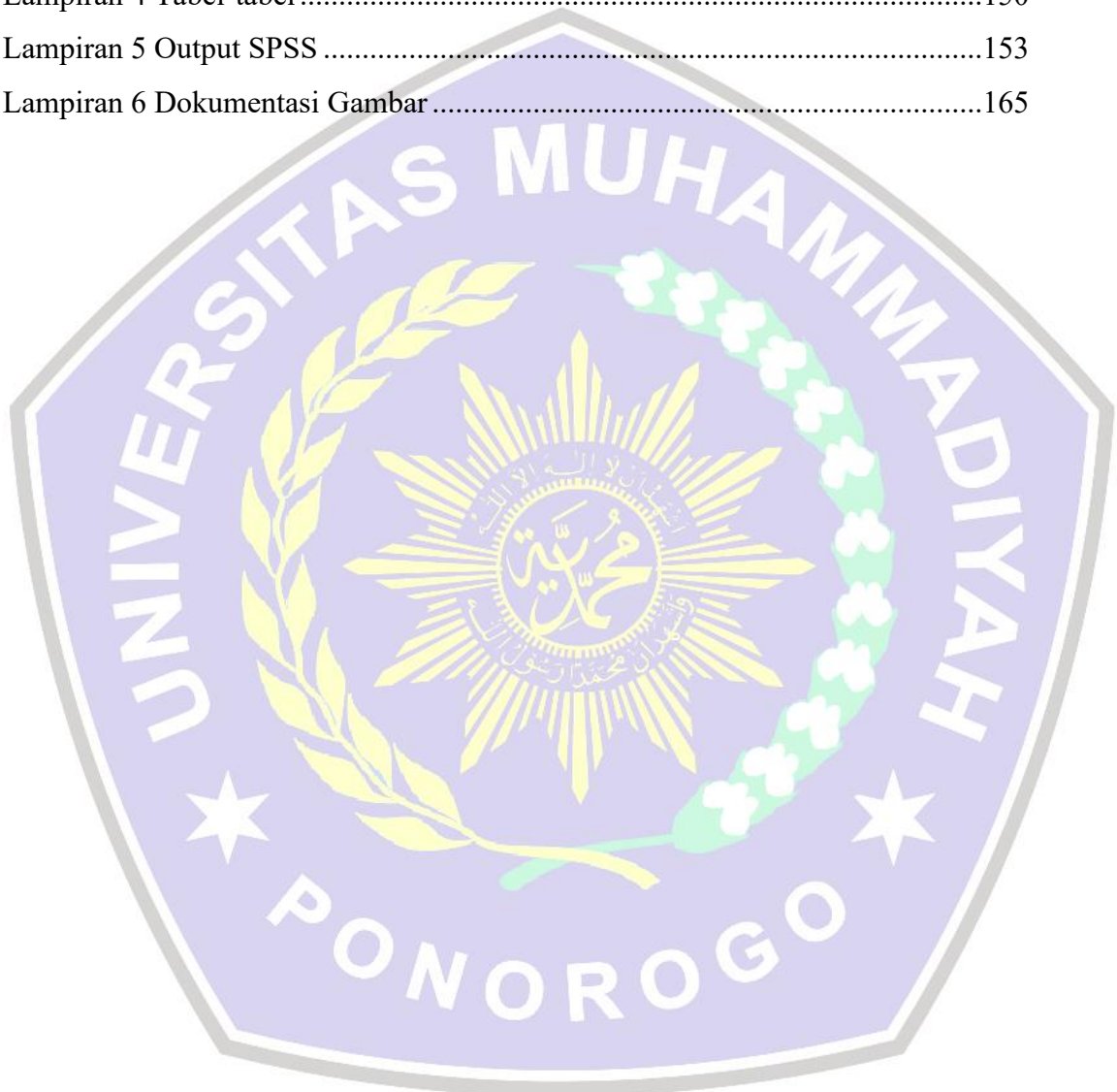
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2023	1
Gambar 2.3. Faktor Determinan di Sekitar Konsumen.....	29
Gambar 2.4. Dasar Pertimbangan konsumen dalam mengambil Keputusan	31
Gambar 2.5. Model Konsumen Mengambil Keputusan Model Schiffman dan Kanuk.....	32
Gambar 4.1. Jalur Model Pertama	93
Gambar 4.2. Jalur Model Kedua	95
Gambar 4.3. Jalur Model Ketiga.....	98
Gambar 4.6. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	107



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	132
Lampiran 2 Data Demografis.....	135
Lampiran 3 Data Mentah	139
Lampiran 4 Tabel-tabel	150
Lampiran 5 Output SPSS	153
Lampiran 6 Dokumentasi Gambar	165



RINGKASAN

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN ONLINE DENGAN TESTIMONI PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA ANGGOTA KARANG TARUNA GUPOLO DAN POLOREJO KECAMATAN BABADAN KABUPATEN PONOROGO

Farid Alfiansyah, Naning Kristiyana dan Wahna Widhianingrum

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penelitian ini mengkaji pengaruh pengetahuan produk dan endorser terhadap keputusan pembelian produk makanan secara online, dengan testimoni pelanggan sebagai variabel mediasi. Fokus penelitian ini adalah pada anggota Karang Taruna Gupolo dan Polorejo di Kecamatan Babadan, Kabupaten Ponorogo. Penelitian ini menyoroti pentingnya pengetahuan produk, yang mencakup berbagai aspek seperti kategori produk, merek, teknologi, fitur, harga, dan keyakinan konsumen terhadap produk. Menurut Engel et al., tingkat pengetahuan produk yang lebih tinggi memungkinkan konsumen untuk membuat pilihan yang lebih informasi dan memuaskan saat berbelanja online. Penelitian ini juga mengkaji peran endorser, khususnya daya tarik mereka, dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Penelitian ini berpendapat bahwa kredibilitas dan daya tarik endorser dapat secara signifikan mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran. Selain itu, penelitian ini menekankan perlunya konsumen untuk selektif saat berbelanja online, karena mereka harus mengevaluasi informasi produk untuk memastikan bahwa produk tersebut memenuhi kebutuhan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa testimoni pelanggan, yang ditandai dengan pengakuan, kredibilitas, spontanitas, dan rekomendasi, memainkan peran penting dalam membentuk keputusan pembelian. Memahami pengetahuan konsumen tentang produk sangat penting bagi bisnis untuk secara efektif memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan pengalaman pembelian mereka. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang bagaimana pengetahuan produk dan endorser mempengaruhi perilaku pembelian online, serta memberikan wawasan berharga bagi pemasar yang ingin mengoptimalkan strategi mereka di pasar digital.

Key Word: Pengetahuan Produk, *Endorser*, Keputusan Pembelian, Testimoni Pelanggan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT KNOWLEDGE AND ENDORSERS ON ONLINE FOOD PRODUCT PURCHASE DECISIONS WITH CUSTOMER TESTIMONIALS AS A MEDIATION VARIABLE ON MEMBERS KARANG TARUNA OF GUPOLO AND POLOREJO, BABADAN DISTRICT, PONOROGO REGENCY

Farid Alfiansyah, Naning Kristiyana dan Wahna Widhianingrum

Muhammadiyah University of Ponorogo

This research examines the influence of product knowledge and endorsers on online purchasing decisions for food products, with customer testimonials as a mediating variable. The focus of this research is on members of the Gupolo and Polorejo Youth Organizations in Babadan District, Ponorogo Regency. This research highlights the importance of product knowledge, which includes various aspects such as product category, brand, technology, features, price, and consumer confidence in the product. According to Engel et al., a higher level of product knowledge allows consumers to make more informed and satisfying choices when shopping online. This research also examines the role of endorsers, especially their attractiveness, in influencing consumer decisions. This research argues that the credibility and attractiveness of endorsers can significantly influence the effectiveness of marketing strategies. Additionally, this research emphasizes the need for consumers to be selective when shopping online, as they must evaluate product information to ensure that the product meets their needs. The research results show that customer testimonials, characterized by recognition, credibility, spontaneity, and recommendation, play an important role in shaping purchasing decisions. Understanding consumer knowledge about products is critical for businesses to effectively meet customer needs and improve their purchasing experience. Overall, this research contributes to the understanding of how product and endorser knowledge influences online purchasing behavior, as well as providing valuable insights for marketers looking to optimize their strategies in digital markets.

Key Words: Product Knowledge, Endorsers, Purchasing Decisions, Customer Testimonials