

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus Pada  
Masyarakat Kelurahan Bahagia)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Dian Islamiyati**

**201710325233**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Celebrity Endorser dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Bahagia)

Nama Mahasiswa : Dian Islamiyati


Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325233

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 07 Juli 2021

Jakarta, 08 Juli 2021

MENYETUJUI

  
Widi Winarso, S.E., MM

NIDN : 0319067606

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Celebrity Endorser dan Citra  
Merek Terhadap Keputusan  
Pembelian Produk Kosmetik Wardah  
(Studi Kasus Pada Masyarakat  
Kelurahan Bahagia)

Nama Mahasiswa : Dian Islamiyati  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325233  
Program Studi/ Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal Lulus Skripsi : 07 Juli 2021

Jakarta, 08 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Matdio Siahaan, S.E., M.M  
NIDN : 0413047002

Penguji I : Widi Winarso, S.E., M.M  
NIDN : 0319067606

Penguji II : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M  
NIDN : 0325057908

MENGETAHUI

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M  
NIDN : 0329048302

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP  
NIDN : 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dian Islamiyati

NPM : 201710325233

Tempat, Tanggal Lahir : Bumiayu, 07 Juni 1999

Alamat : Sektor V Blok M6 no.9 RT 003 RW 029 Bekasi  
Utara

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul “Pengaruh Celebrity Endorser dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Bahagia)” merupakan hasil pekerjaan saya sendiri dan seluruh ide, pendapat, atau materi didapat dari sumber lain yang telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan apa yang saya nyatakan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar Sarjana Manajemen yang nanti saya dapatkan.

Jakarta, 07 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Dian Islamiyati

201710325233

## ABSTRAK

**Dian Islamiyati, 201710325233.** Pengaruh Celebrity Endorser dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Bahagia).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial dari variabel bebas yaitu celebrity endorser dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian ini juga menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan karakteristik tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah 104 orang kelurahan Bahagia kota Bekasi. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Celebrity endorser berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $t$  hitung sebesar  $3,601 > t$  tabel  $1,98370$ . (2) Citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $t$  hitung sebesar  $7,756 > t$  tabel  $1,98370$ . (3) Celebrity endorser dan Citra merek bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Keputusan pembelian dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $f$  hitung sebesar  $49,200 > 2,69$ . Nilai Adjusted R square sebesar  $0,493$  menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen adalah  $49,3\%$  dan sisanya  $50,7\%$  dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

**Kata Kunci :** *Celebrity endorser*, Citra merek dan Keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

**Dian Islamiyati, 201710325233.** *The Influence of Celebrity Endorser and Brand Image on Wardah Cosmetics Product Purchase Decision (Case Study in Bahagia Village Community).*

*This study aims to determine the simultaneous and partial effect of the independent variables, namely celebrity endorser and brand image on the purchasing decisions of Wardah cosmetic products. The method used in this study is a quantitative method. This study also uses a purposive sampling technique based on certain characteristics. The sample in this study were 104 people from the Bahagia Village, Bekasi City. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used to answer the hypothesis is multiple regression.*

*The results of this study indicate that: (1) Celebrity endorsers have a significant effect on purchasing decisions, as evidenced by a significance value of  $0.000 < 0.05$  and a  $t$  count of  $3.601 > t$  table  $1.98370$ . (2) Brand image has a significant effect on purchasing decisions, as evidenced by a significance value of  $0.000 < 0.05$  and a  $t$  count of  $7.756 > t$  table  $1.98370$ . (3) Celebrity endorser and brand image together affect the dependent variable, namely the purchase decision with a significance value of  $0.000 < 0.05$  and  $f$  count of  $49.200 > 2,69$ . Adjusted  $R$  square value of  $0.493$  indicates that the ability of the independent variable in explaining the variation of the dependent variable is  $49.3\%$  and the remaining  $50.7\%$  is explained by other variables outside the research model.*

**Keywords :** *Celebrity endorser, Brand image, and Buying decision*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahamat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Bahagia)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Dr.Drs, H. Bambang Karsono, S.H, M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Manajemen.
4. Widi Winarso, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pedoman skripsi baik materi maupun non materi yang jelas dan terarah sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
5. Milda Handayani, SE., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu untuk memberikan semangat, motivasi dan arahan selama penyusunan skripsi.

6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh sivitas / Staf Akademika yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang telah berperan penting terhadap proses pembelajaran saya.
7. Orang tua dan keluarga Penulis yang telah memberikan doa dan dukungan selama proses pembuatan skripsi.
8. Teman-teman seperjuangan jurusan Manajemen angkatan 2017 dan seluruh pihak yang telah memberikan bantuannya kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu secara langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, 07 Juli 2021

Dian Islamiyati

201710325233



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	3
1.3    Tujuan Penelitian .....	3
1.4    Manfaat Penelitian .....	4
1.5    Batasan Penelitian.....	5
1.6    Sistematika Penulisan .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1    Landasan Teori.....	7
2.2    Pengertian Keputusan Pembelian.....	7
2.2.1 Faktor-faktor Keputusan Pembelian .....	7
2.2.2 Proses Keputusan Pembelian .....	8
2.2.3 Struktur Keputusan Pembelian.....	9
2.2.4 Tahap-tahap dalam proses pembelian.....	10
2.3    Celebrity Endorser .....	11
2.4    Citra Merek .....	12
2.4.1 Indikator Citra Merek.....	13
2.4.2 Faktor yang mempengaruhi Citra merek.....	13
2.4.3 Dimensi Citra Merek.....	14
2.5    Penelitian Terdahulu .....	15
2.6    Kerangka Pemikiran.....	18

2.7	Hipotesis .....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>21</b>
3.1	Desain Penelitian .....	21
3.2	Tahapan Penelitian.....	21
3.3	Model Konseptual.....	22
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	22
3.5	Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
3.5.1	Tempat Penelitian .....	24
3.5.2	Waktu Penelitian.....	24
3.6	Metode Pengambilan Sampel.....	24
3.6.1	Populasi.....	24
3.6.2	Sampel.....	24
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.8	Metode Analisis Data.....	26
3.8.1	Uji Validitas .....	26
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	26
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.9.1	Uji Normalitas.....	27
3.9.2	Uji Multikolinieritas.....	27
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas.....	27
3.10	Analisis Regresi Berganda.....	27
3.10.1	Uji t .....	28
3.10.2	Uji F .....	28
3.10.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	28
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>30</b>
4.1	Profil Perusahaan .....	30
4.1.1	Gambaran umum perusahaan.....	30
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	30
4.2	Analisa Responden.....	31
4.2.1	Penyebaran Kuesioner.....	31
4.2.2	Identitas Responden .....	32
4.3	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	34
4.3.1	Uji Validitas .....	34

4.3.2 Uji Reliabilitas .....	38
4.4 Analisis Statistik Deskriptif .....	40
4.4.1 Uji Normalitas.....	40
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	40
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	41
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	43
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	43
4.6.2 Uji Parsial Variabel Bebas .....	44
4.6.3 Uji F (Pengujian Secara Simultan).....	45
4.7 Pembahasan.....	45
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>48</b>
5.1 Kesimpulan .....	48
5.2 Implikasi Manajerial .....	48
Daftar Pustaka.....	50



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 1 Operasional Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 1 Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 2 Responden berdasarkan Jenis kelamin.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 3 Responden berdasarkan usia .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i> ( $X_1$ ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek ( $X_2$ ) ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i> ( $X_1$ ) ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek ( $X_2$ ).	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Uji t.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 16 Hasil Uji F (Pengujian Secara Simultan) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Data penjualan kosmetik di E-commerce Indonesia tahun 2020 ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 1 Model Konseptual .....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 1 Diagram Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Usia .....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan...**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 4 Uji Heteroskedastisitas .....**Error! Bookmark not defined.**



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Uji Plagiat skripsi
2. Uji referensi skripsi
3. Lampiran Kuesioner
4. Lampiran Output Google Form
5. Lampiran Hasil Output SPSS
6. Kartu Konsultasi
7. Daftar Riwayat Hidup

