

**PENGARUH VARIASI PRODUK, *CELEBRITY ENDORSER*
DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA BRAND KOSMETIK MAKE OVER DI THR SHOP
TAMBUN**

SKRIPSI

Oleh:

Amelia Putri

202110325163



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Variasi Produk, Celebrity
Endorser dan Brand Trust Terhadap
Keputusan Pembelian pada Brand Kosmetik
Make Over di THR Shop Tambun

Nama Mahasiswa : Amelia Putri

Nomor Pokok : 202110325163

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

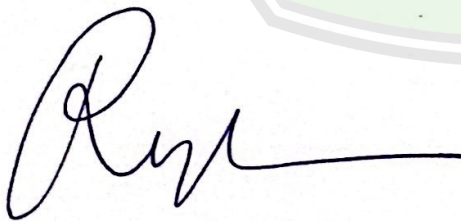
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Februari 2025

Jakarta, 11 Februari 2025

MENYETUJUI,

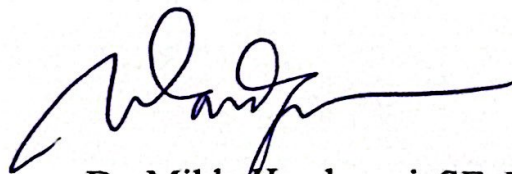
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dra. Rini Wijayaningsih, M.M

NIDN. 0328056302



Dr. Milda Handayani, SE, M.M

NIDN. 0330087504

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Variasi Produk, Celebrity
Endorser dan Brand Trust Terhadap
Keputusan Pembelian pada Brand Kosmetik
Make Over di THR Shop Tambun

Nama Mahasiswa : Amelia Putri

Nomor Pokok : 202110325163

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Februari 2025

Jakarta, 11 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, SE, M.M
NIDN. 0325057908

Sekretaris Tim Penguji : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo,
ST., M.M
NIDN. 0329017202

Penguji : Dra. Rini Wijayaningsih, M.M
NIDN. 0328056302

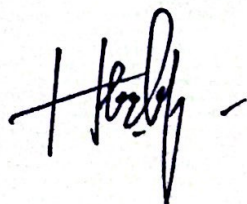
.....
.....
.....
.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen


Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amelia Putri
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325163
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 27 Oktober 2003
Alamat : Perum Villa Mutiara Jaya Blok M, Kec.
Cibitung, Kab. Bekasi, Jawa Barat, 17520

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Variasi Produk, Celebrity Endorser dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Brand Kosmetik Make Over di THR Shop Tambun”. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 11 Februari 2025
Yang Membuat Pernyataan,


Amelai Putri
202110325163

ABSTRAK

Amelia Putri, 202110325163. Pengaruh Variasi Produk, Celebrity Endorser dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Brand Kosmetik Make Over di THR Shop Tambun.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi produk, *celebrity endorser* dan *brand trust* terhadap Keputusan pembelian pada brand kosmetik Make Over di THR Shop Tambun. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen THR Shop Tambun. Berdasarkan hasil uji statistik, membuktikan bahwa variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,014 berada di bawah tingkat signifikansi 0,05 maka H1 dapat diterima. *Celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi (Sig) variabel *celebrity endorser* sebesar 0,000 berada di bawah tingkat signifikansi 0,05 maka H2 dapat diterima. Karena nilai signifikansi (Sig) variabel *brand trust* sebesar 0,000 berada di bawah tingkat signifikansi 0,05 maka H3 dapat diterima yang menunjukkan bahwa *brand trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan secara simultan membuktikan bahwa variasi produk, *celebrity endorser* dan *brand trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai Fhitung sebesar 113,925 > Ftabel 2,70 yang berarti nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel maka H4 dapat diterima.

Kata Kunci : Variasi Produk, *Celebrity Endorser*, *Brand Trust*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Amelia Putri, 202110325163. *The Influence of Product Variation, Celebrity Endorser, and Brand Trust on Purchase Decisions of Make Over Cosmetics at THR Shop Tambun*

This study aims to determine the influence of product variation, celebrity endorsers, and brand trust on purchase decisions of Make Over cosmetics at THR Shop Tambun. This research is a quantitative study using primary data collected through questionnaires distributed to consumers at THR Shop Tambun. Based on statistical tests, the results show that product variation affects purchase decisions with a significance value (Sig) of 0.014, which is below the significance level of 0.05, meaning H1 is accepted. Celebrity endorsers have a positive influence on purchase decisions, as the significance value (Sig) for the celebrity endorser variable is 0.000, which is below the significance level of 0.05, meaning H2 is accepted. Since the significance value (Sig) for the brand trust variable is 0.000, which is also below the significance level of 0.05, H3 is accepted, indicating that brand trust affects purchase decisions. Simultaneously, the findings prove that product variation, celebrity endorsers, and brand trust influence purchase decisions, with an F-value of 113.925, which is greater than the F-table value of 2.70. This means that the calculated F-value is higher than the F-table value, leading to the acceptance of H4.

Keywords: *Product Variation, Celebrity Endorser, Brand Trust, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Variasi Produk, *Celebrity Endorser* dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian pada Brand Kosmetik Make Over di THR Shop Tambun”**.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi persyaratan menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat, diantaranya nikmat sehat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Dovina Novanti., S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom., MBA. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan dukungannya.
6. Ibu Dra. Rini Wijayaningsih MM., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan arahan, motivasi dan bimbingan selama penyusunan skripsi.
7. Ibu Milda Handayani, SE., MM., Selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah banyak memberikan arahan serta bimbingan selama penyusunan skripsi.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta

Raya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

9. Kedua orang tua saya yaitu Bapak Sumadi dan Ibu Yulindra, beserta keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat, motivasi, serta dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan jurusan Manajemen angkatan 2021 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, teman seperjuangan di dalam kelas yang selalu kompak dalam segala hal, dan selalu menyemangati serta membantu satu sama lain.
11. Sahabat-sahabat, dan juga teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu memberi dukungan motivasi, saran dan juga semangat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulisan yang akan datang. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 13 Januari 2025.

Amelia Putri

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB 2 TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	11
2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	11
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.2 Variasi Produk	15
2.2.1 Definisi Variasi Produk.....	15
2.2.2 Faktor yang mempengaruhi Variasi Produk	16
2.2.3 Indikator Variasi Produk.....	16
2.3 Celebrity Endorser	17
2.3.1 Definisi Celebrity Endorser.....	17
2.3.2 Faktor Pemilihan <i>Celebrity Endorser</i>	18
2.3.3 Indikator Celebrity Endorser.....	19
2.4 Brand Trust	20
2.4.1 Definisi Brand Trust	20
2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Trust</i>	21
2.4.3 Indikator Brand Trust.....	22
2.5 Kerangka Konseptual.....	25
2.6 Hipotesis	25
2.7 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.7.1 Hubungan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	27
2.7.2 Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian	27
2.7.3 Hubungan <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.1.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel	30
3.3 Operasional Variabel	31
3.3.1 Variabel Independen	31
3.3.2 Variabel Dependen	31
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	32
3.5 Jenis dan Sumber Data	33
3.6 Metode Analisis Data	34
3.6.1 Uji Validitas	34
3.6.2 Uji Reliabilitas	35
3.7 Uji Asumsi Klasik	35
3.7.1 Uji Normalitas	35
3.7.2 Uji Multikolinearitas	36
3.7.3 Uji Heterokedastisitas	36
3.8 Uji Regresi Linear Berganda	37
3.9 Uji Hipotesis	38
3.9.1 Uji T (Parsial)	38
3.9.2 Uji F (Simultan)	38
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.1.4 Penyebaran Kuesioner	41
4.1.5 Identitas Responden	42
4.2 Analisis Deskriptif	43
4.3 Pengujian Instrumen Data	43
4.3.1 Uji Validitas	43
4.3.2 Uji Realibilitas	45
4.4 Uji Asumsi Klasik	46
4.4.1 Uji Normalitas	46
4.4.2 Uji Multikolinearitas	47
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	47
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	48
4.6 Uji Hipotesis	50
4.6.1 Uji T (Parsial)	50
4.6.2 Uji F (Simultan)	51
4.6.3 Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R ²)	52
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	53
4.7.1 Variabel Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.7.2 Variabel Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian.....	54
4.7.3 Variabel Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.7.4 Variabel Variasi Produk, Celebrity Endorser dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian.....	56

BAB IV PENUTUP	57
5.1. Kesimpulan.....	57
5.2 Saran	57
5.3 Keterbatasan Masalah.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4. 1 Logo brand Make Over	40
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	46
Gambar 4. 3 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	48



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survey	3
Tabel 2. 1 Telaah Empiris	23
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3. 2 Skala Penilaian Likert	33
Tabel 4. 1 Deskripsi Penyebaran Kuesioner	42
Tabel 4. 2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4. 3 Identifikasi Usia Responden	43
Tabel 4. 4 Uji Validitas	44
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas	45
Tabel 4. 6 Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4. 7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4. 8 Uji T (Parsial).....	51
Tabel 4. 9 Uji F Simultan.....	52
Tabel 4. 10 Koefisien Korelasi dan Determinasi	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme	66
Lampiran 2 : Uji Referensi.....	67
Lampiran 3 : Uji Plagiarisme	67
Lampiran 4 : Tabulasi	75
Lampiran 5 : Hasil Uji SPSS.....	84
Lampiran 6 : Tabel R	89
Lampiran 7 : Tabel R	90
Lampiran 8 : Buku Bimbingan.....	91
Lampiran 9 : Biodata.....	93

