

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, SOSIAL MEDIA
MARKETING, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* LOKAL WARDAH**

SKRIPSI

OLEH :

NURMALA

202110325302



**PROGARAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity endorsement*, Sosial Media *Marketing*, dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Skincare* lokal Wardah

Nama Mahasiswa : Nurmala

Nomor Pokok : 202110325302

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025
MENYETUJUI,

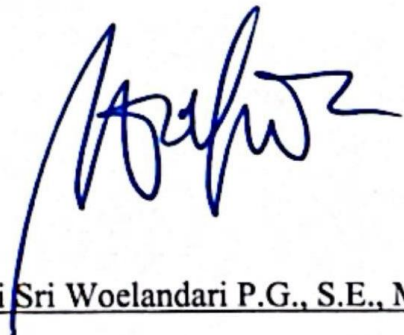
Dosen Pembimbing I



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

NIDN: 0327037601

Dosen Pembimbing II



Dr. Dewi Sri Woelandari P.G., S.E., M.Sc

NIDN: 0303017106

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity endorsement*, Sosial Media *Marketing*, dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Skincare* lokal Wardah

Nama Mahasiswa : Nurmala

Nomor Pokok : 202110325302

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Cahyadi Husadha, S.E., M.M

NIDN. 0304068209

Sekretaris Tim Penguji : Dody Kurniawan, S.E., M.M

NIDN. 0319087903

Penguji : Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

NIDN. 0327037601

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

NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

Skripsi yang berjudul Pengaruh *Celebrity endorsement*, *Sosial Media Marketing*, dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Skincare* lokal Wardah ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia 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 memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Nurmala

202110325302

ABSTRAK

Nurmala, 202110325302. Pengaruh *Celebrity endorsement*, Sosial Media *Marketing*, dan Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian pada *Skincare* lokal Wardah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Celebrity endorsement*, Sosial Media *Marketing*, dan Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian pada *Skincare* lokal Wardah, Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif dengan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan sampel 100 responden. Untuk analisis data menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan diuji menggunakan program SPSS versi 25. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, dalam variabel *Celebrity endorsement*, Sosial Media *Marketing* dan Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Celebrity endorsement*, Sosial Media *Marketing*, dan Kualitas Produk



ABSTRACT

Nurmala, 202110325302. The Influence of Celebrity endorsements, Social Media Marketing, and Product Quality on Purchase Decisions at Wardah Local Skincare

This study aims to determine the Influence of Celebrity endorsement, Social Media Marketing, and Product Quality on the purchase decision of local Skincare Wardah, The type of research conducted is quantitative with a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The population in this study is students of the management study program of Bhayangkara University, Greater Jakarta with a sample of 100 respondents. For data analysis, multiple linear regression analysis techniques were used and tested using the SPSS version 25 program. Based on the results of this study, in the variables of Celebrity endorsement, Social Media Marketing and Product Quality have a positive and significant influence on purchase decisions.

Keywords : Celebrity endorsement, Social Media Marketing, and Product Quality



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Celebrity endorsement*, Sosial Media *Marketing* dan Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian *Skincare* lokal Wardah guna memenuhi salah satu syarat untuk melanjutkan penelitian tugas akhir.

Pada kesempatan ini penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan dan bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini, terutama kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Supriyanto, S.E., M.M selaku dosen pembimbing akademik.
5. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing I dan Dr. Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, saran dan semangat yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal ini dengan semaksimal

mungkin.

6. Terima kasih kepada Bapak Aspar, Ibu Misbah, Adik Roihan dan Adik Nabila penulis yang telah memberikan doa, dukungan, semangat dan material dalam proses menyelesaikan tugas akhir penulis.
7. Terima kasih kepada sahabat seperjuangan saya yang telah banyak berpartisipasi dalam pembuatan Proposal ini, serta memberikan dukungan, kebersamaan dan membuat penulis optimis dalam mengerjakan semua ini sampai dengan selesai.

Penulisan Skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan terbatasnya dalam penyampaianya. Maka, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar lebih baik di masa yang akan datang. Semoga Skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 31 Juli 2025

Nurmala

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Tugas Akhir.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Manajemen Pemasaran	15
2.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.3 <i>Celebrity endorsement</i>	17
2.4 Sosial Media <i>Marketing</i>	21
2.5 Kualitas Produk.....	23
2.6 Keputusan Pembelian.....	26
2.7 Telaah Empiris	29
2.8 Kerangka Konseptual	32
2.9 Pengembangan Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Populasi dan sampel.....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	40

3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Profil Perusahaan	49
4.2 Visi dan Misi Wardah	51
4.3 Logo Perusahaan PT. Paragon Teknologi Innovation dan Wardah	51
4.4 Deskripsi Data.....	52
4.5 Hasil Analisis Data.....	56
4.6 Pembahasan Hasil penelitian	71
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	78
5.3 Saran.....	79
REFERENSI.....	81
LAMPIRAN.....	86



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Pra-Survey.....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Aktif.....	37
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	40
Tabel 3. 3 Tabel Skala Likert.....	41
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Program Studi.....	53
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Angkatan	55
Tabel 4. 4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas <i>Celebrity endorsement</i>	57
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Sosial media Marketing (X2).....	58
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3)	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas <i>Celebrity endorsement</i> (X1).....	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4. 11 Hasil P-plot Uji Normalitas	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji t.....	68
Tabel 4. 16 Hasil Uji f.....	70
Tabel 4. 17 Hasil Uji f.....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 10 Kategori Produk Perawatan Kecantikan Terlaris.....	2
Gambar 1. 2 Top <i>Brand</i> Perawatan dan Kecantikan Terbaik	3
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan PT. Paragon Teknologi Innovation.....	51
Gambar 4. 2 Logo <i>Brand</i> Wardah.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Uji Plagiarisme	87
Lampiran 2 Uji Referensi.....	91
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 4 Data Uji Validitas dan Uji Reabilitas Skala Penelitian 30 Responden	108
Lampiran 5 Hasil Olahan Data Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Skala Penelitian 30 Responden.....	112
Lampiran 6 Data Penelitian Skala 100 Responden.....	117
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas 100 Responden	127
Lampiran 8 R table, T table, F table	136
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	140

