

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE* WARDAH**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh:

Fitri Mardiana

No. Mhs. 111701054

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE* WARDAH**

Diajukan oleh:

Fitri Mardiana

11-1701054

Yogyakarta, 6 Juni 2022

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Dra. Ralina Transistari, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

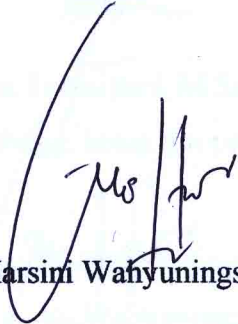
**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE* WARDAH**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Jurusan
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal: 15 Juli 2022

Yang terdiri atas:

Ketua



Dra. Tri Harsini Wahyuningsih, M.Si.

Anggota



Dra. Ralina Transistari, M.Si.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya Fitri Mardiana menyatakan bahwa dengan ini skripsi yang berjudul: **“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE WARDAH*”** yang diuji pada tanggal 15 Juli 2022, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang mengungkapkan pemikiran atau pendapat atau gagasan dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Jika saya melakukan hal tersebut, terlepas dari sengaja atau tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Jika kemudian terbukti bahwa saya benar-benar melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemn YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 15 Juli 2022
Yang memberi pernyataan

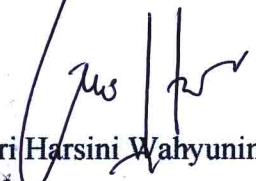


Fitri Mardiana

Saksi 1, sebagai pembimbing skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi:


Dra. Ralina Transistari, M.Si.

Saksi 2, sebagai ketua tim penguji skripsi:


Dra. Tri Harsini Wahyuningsih, M.Si.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Yang Utama dari Segalanya.

Sembah sujud serta syukur kepada Tuhan Yesus Kristus,
Skripsi ini saya persembahkan pertama-tama kepada Tuhan Yesus Kristus sebagai ucapan syukur yang teramat sangat atas penyertaanNya dan bimbinganNya juga perlindunganNya serta selalu menguatkan peneliti selama menyusun skripsi.

Skripsi ini saya persembahkan kepada orang tua peneliti.

Terimakasih untuk kedua orang tua yang selalu memberi dukungan, doa, kasih sayang dan segalanya kepada peneliti. Doa orang tua yang selalu mengiringi peneliti dalam menjalankan amanah pendidikan ini. Peneliti persembahkan tulisan ini untuk

Papa dan Mama.

Terima kasih untuk seluruh keluarga dan teman yang selalu memberikan dukungan dan do'a kepada peneliti.

Terimakasih untuk BTS, karena karya mereka saya sangat termotivasi dan mampu melewati masa sulit.

MOTTO

“Setiap orang mempunyai jatah gagal, habiskan jatah gagalmu ketika kamu masih muda”.

Dahlan Iskan

“Jika kau tak suka sesuatu, ubahlah!”

Jika tak bisa, maka ubahlah cara pandangmu tentangnya.

Maya Angelou

“Secapek capeknya kerja lebih capek nganggur”.

Ernest Prakasa

“Jangan kasih titik kalau Tuhan mau kasih koma”

Raditya Oloan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, hikmat, dan kasih sayang-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk *skincare* Wardah” ini peneliti susun guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh derajat Sarjana pada Program Studi Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara (STIM YKPN) Yogyakarta.

Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas semua bantuan yang telah diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung selama penulisan skripsi ini hingga selesai. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan, doa dan bantuan, baik dalam bentuk moril maupun materiil dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Suparmono, M.Si. selaku Ketua STIM YKPN Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dan fasilitas untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Ralina Transistari, M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah bersedia membimbing dan mengarahkan peneliti selama menyusun skripsi dan memberikan semangat, ilmu, dan solusi kepada peneliti pada setiap kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan karyawan STIM YKPN Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan pelayanan yang baik kepada peneliti.

5. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti selama proses pengerjaan skripsi.
6. Tidak lupa juga Terimakasih banyak untuk diriku sendiri karena sudah berjuang sampai saat ini. Maaf jika selama ini aku terlalu memaksamu untuk selalu kuat.
7. *The power of BTS* yang selalu memberikan motivasi, inspirasi, dan kekuatan khusus lewat karya- karya mereka.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 15 Juli 2022

Peneliti

Fitri Mardiana

11-1701054

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Wardah. Metode pengambilan *sampel* menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada metode analisis regresi linear berganda, uji t, dan uji *Goodness of Fit*.

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel *Celebrity Endorser* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ variabel *Brand image* memiliki nilai signifikansi $0,038 < 0,05$ dan variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut semua hipotesa diterima dan menunjukkan hasil bahwa variabel *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk *skincare* Wardah.

Kata kunci: *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, **Kualitas Produk**, dan **Keputusan Pembelian**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Celebrity Endorser Brand Image, and product quality on Wardah Skincare Product Purchase Decisions. Sampling method using Nonprobability Sampling with the number of respondents as many as 150 people. The data analysis method used in this research is t test, multiple linear regression analysis method and Goodness of fit test.

Based on the results of the t test, it can be seen that the Celebrity Endorser variable has a significance value of 0.000, the Brand image variable has a significance value of 0.038 and the product quality variable has a significance value of 0.000. Based on these results, all hypotheses are accepted and show the results that the Celebrity Endorser, Brand Image, and product quality variables have a positive effect on purchasing decisions Wardah skincare product.

Keywords: Celebrity endorser, Brand Image, Product Quality, and Purchase Decision

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
BAB II.....	6
LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	6
A. LANDASAN TEORI.....	6
B. Keterkaitan antar variabel penelitian dan perumusan hipotesis.....	12
C. Penelitian Terdahulu	13
D. Kerangka Penelitian	17
BAB III	18
METODOLOGI PENELITIAN.....	18
A. Definisi konsep	18
B. Definisi Operasional.....	19
C. Jenis Penelitian.....	21
D. Jenis dan Sumber Data	22

E. Populasi dan Sampel	22
F. Obyek dan Subyek Penelitian	23
G. Metode Pengumpulan Data	24
H. Metode Analisis Data	24
BAB IV	29
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISI DATA	29
A. Gambaran Umum Perusahaan	29
B. Logo Wardah	31
C. Slogan Wardah	31
D. Visi dan Misi perusahaan	31
E. Produk/ <i>seriskincare</i> Wardah	32
F. Hasil Analisis Data	32
BAB V	44
KESIMPULAN DAN SARAN	44
A. Kesimpulan	44
B. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Review Produk dan Skincare Terbaik 2021.....	1
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel.....	34
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4. 4 Uji Normalitas.....	36
Tabel 4. 5 Uji Multikolinearitas.....	37
Tabel 4. 6 Uji Heteroskedastisitas.....	38
Tabel 4. 7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
Tabel 4. 8 Uji t.....	40
Tabel 4. 9 Uji Goodness of Fit.....	42
Tabel 4. 10 Koefisien Determinasi.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka penelitian.....	17
Gambar 4. 1 Logo Wardah.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	49
Lampiran 2 Tabulasi data.....	54
Lampiran 4 Uji Validitas.....	75
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	82
Lampiran 6 Uji Normalitas.....	83
Lampiran 7 Uji Multikolinieritas.....	83
Lampiran 8 Uji Heterokedastistas.....	84
Lampiran 9 Uji t.....	84
Lampiran 10 Uji <i>Goodness of Fit</i>	84
Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi.....	85