

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING  
(Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko Deliwafa Surabaya Utara)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**DILLA WIDYAWATI**

**NPM : 19420055**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2023**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dilla Widyawati

Npm : 19420055

Alamat : Krembangan Jaya Selatan 1 No. 27B Surabaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko Deliwafa Surabaya Utara)”** adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagai mana mestinya.

Surabaya, 31 Januari 2023  
Yang membuat pernyataan



**(Dilla Widyawati)**  
19420055

SKRIPSI

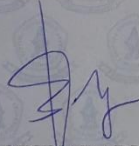
**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING  
(Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko Deliwafa Surabaya Utara)**

Diajukan oleh:

**DILA WIDYAWATI**  
NPM : 19420055

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



**BAMBANG SETYADARMA, SE, M.Ak**

Tanggal, 24 Desember 2022

KETUA PROGRAM STUDI



**Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si**

Tanggal, 10 Januari 2023

**SKRIPSI**

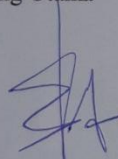
**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING  
(Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko Deliwafa Surabaya Utara)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**DILLA WIDYAWATI**  
NPM:19420055

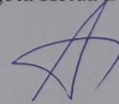
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



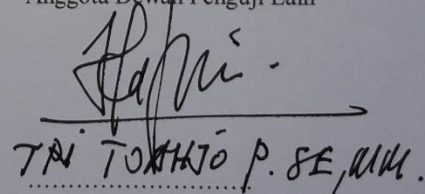
Bambang Setyadarma, SE, M.Ak

Anggota Ketua Dewan Penguji



Dr. Sri D. Gamalah, S.E., M.Si

Anggota Dewan Penguji Lain

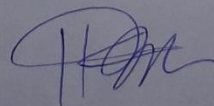


TAJI TOHTJO P. SE, MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 26... Januari... 2023



DR. KRISTININGSIH, SE., M.SI

Ketua Program Studi

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta dukungan dan doa dari orang tua, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko Deliwafa Surabaya Utara)” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof Dr.H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. HTH-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM,M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bambang Setyadarma, SE.,M.Ak selaku Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, pemikiran, untuk memberikan bimbingan, perhatian, kritik, dan saran yang sangat berharga dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

5. Maqbula Arochman, SE., M.Ak selaku Dosen Wali yang telah memotivasi guna untuk menyelesaikan Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh staf dan Sekertariat Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orang tua tercinta, Ayah dan Ibu tercinta yang selalu memberi motivasi, dukungan, doa dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
9. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya periode 2019-2023 yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
10. Teman, sahabat, serta semua pihak yang tidak bisa disebut satu persatu, terimakasih telah memberikan dukungan, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna untuk itu diharapkan segala kritikan dan saran yang dapat membangun untuk menjadi lebih baik lagi dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, Januari 2023

Dilla Widyawati

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
ABSTRACTION .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Skripsi .....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	10
2.1.3 Komunikasi Pemasaran .....	12
2.1.3.1 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.4 <i>Celebrity Endorser</i> .....	14
2.1.4.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i> .....	14
2.1.4.2 Indikator <i>Celebrity Endorser</i> .....	14
2.1.4.3 Faktor Pemilihan <i>Endorser</i> .....	15
2.1.4.4 Faktor-Faktor Pertimbangan Penggunaan <i>Celebrity</i> .....	15
2.1.4.5 Peran <i>Celebrity</i> .....	16
2.1.5 <i>Brand Image</i> .....	17



2.1.5.1	Pengertian <i>Brand Image</i> .....	17
2.1.5.2	Indikator <i>Brand Image</i> .....	17
2.1.5.3	Manfaat <i>Brand Image</i> Bagi Produsen.....	18
2.1.5.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> .....	19
2.1.6	Keputusan Pembelian .....	20
2.1.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	20
2.1.6.2	Indikator Keputusan Pembelian .....	20
2.1.6.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	22
2.1.6.4	Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	23
2.4	Hubungan Antar Variabel .....	25
2.2.1	Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.2.1	Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.3	Penelitian Sebelumnya.....	26
2.4	Hipotesis dan Model Analisis .....	30
2.4.1	Hipotesis .....	30
2.4.2	Model Analisis .....	30
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
3.1	Pendekatan Penelitian .....	31
3.2	Polupasi dan Sampel.....	32
3.2.1	Populasi .....	32
3.2.2	Sampel .....	32
3.3	Identifikasi Variabel .....	33
3.4	Definisi Operasional .....	34
3.5	Jenis Dan Sumber Data.....	36
3.5.1	Jenis Data.....	36
3.5.2	Sumber Data .....	37
3.6	Prosedur Pengumpulan Data.....	37
3.7	Teknik Analisis Data .....	38
3.7.1	Uji Instrumen .....	38
3.7.1.1	Uji Validitas .....	38
3.7.1.2	Uji Reliabilitas.....	39
3.7.2	Uji Model.....	49



3.7.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.7.3 Uji Hipotesis .....	40
3.7.3.1 Uji Parsial (Uji t) .....	40
3.7.3.2 Koefisien Determinasi .....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	43
4.1 Gambaran Umum Ojek Penelitian .....	43
4.1.1 Profil Scarlett Whitening .....	43
4.1.2 Jenis-Jenis Produk Scarlett Whitening .....	44
4.2 Hasil Penelitian .....	48
4.2.1 Pelaksanaan Penelitian .....	48
4.2.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	48
4.2.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	48
4.2.2.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
4.2.2.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
4.2.2.4 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian .....	50
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	51
4.2.3.1 Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	52
4.2.3.2 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i> .....	54
4.2.3.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	56
4.3 Hasil Uji Instrumen .....	58
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	58
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	60
4.4 Hasil Uji Model.....	61
4.4.1 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.5 Hasil Uji Hpotesis.....	63
4.5.1 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	63
4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	65
4.6 Pembahasan.....	66
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN .....	68
5.1 Simpulan .....	68
5.2 Saran .....	68
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	69

DAFTAR PUSTAKA .....	70
LAMPIRAN .....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Bulan September Produk <i>Skincare</i> Di Toko Deliwafa Surabaya Utara Tahun 2022 .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	51
Tabel 4.5 Interval Kelas .....	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	52
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> .....	55
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian ..	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.14 Hasil Analisis Uji t .....	63
Tabel 4.15 Hasil uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis .....	30
Gambar 3.1 Kurva Distribusi Uji t .....	41
Gambar 4.1 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	64
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	65

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Input Data SPSS

Lampiran 3 Output Data SPSS

Lampiran 4 Tabel T

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening pada konsumen di toko Deliwafa Surabaya Utara. Jumlah sampel sebanyak 80 responden, dengan pengambilan sampel tidak acak (*non probability sampling*) dengan menggunakan prosedur *purposive sampling*. Uji validitas dan reliabilitas menguji instrumen penelitian dengan metode analisis data. Pengujian model menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji t dan R<sup>2</sup> digunakan untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian, *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Semua variabel dinyatakan valid dan juga reliabel, uji parsial (t) menunjukkan tingkat signifikansi < 0,05.

**Kata Kunci : *Celebrity Endorser, Brand Image, Keputusan Pembelian***

## **ABSTRACTION**

*The purpose of this study was to determine the influence of celebrity endorsers and brand image on the purchasing decision of Scarlett Whitening products for consumers at the Deliwafa store, North Surabaya. The total sample is 80 respondents, with non-random sampling (non-probability sampling) using a purposive sampling procedure. Test the validity and reliability of testing research instruments with data analysis methods. Testing the model using multiple linear regression analysis. The  $t$  and  $R^2$  tests are used to test the hypothesis. The results of the study, celebrity endorser has a significant effect on purchasing decisions and brand image has a significant effect on purchasing decisions. All variables are declared valid and also reliable, the partial test ( $t$ ) shows a significance level  $<0.05$ .*

***Keywords: Celebrity Endorser, Brand Image, Purchase Decision***