

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, KUALITAS PRODUK
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA SEPATU FUTSAL SPECS DI SURABAYA BARAT**



Diajukan Oleh:

VIKY ARMANDO PUTRA SAISERA

NPM: 19420002

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

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU
FUTSAL SPECS DI SURABAYA BARAT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



Diajukan Oleh:

VIKY ARMANDO PUTRA SAI SERA

NPM: 19420002

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2023

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Viky Armando Putra Sai Sera

NPM : 19420002

Pogram Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas : Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH CELENRITY ENDORSEMENT, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU FUTSAL SPECS DI SURABAYA BARAT”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 31 Agustus 2023

Yang menyatakan



Viky Armando Putra Sai Sera
NPM. 19420002

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

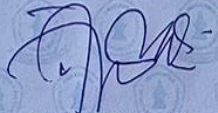
PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU
FUTSAL SPECS DI SUARABAYA BARAT

Diajukan oleh:

VIKY ARMANDO PUTRA SAI SERA
NPM : 19420002

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIBING



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM.

Tanggal, 24-7-2023

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.

Tanggal, 24-7-2023

SKRIPSI

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU
FUTSAL SPECS DI SUARABAYA BARAT**

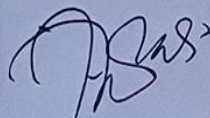
Diajukan Oleh :

VIKY ARMANDO PUTRA SAI SERA

NPM: 19420002

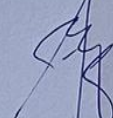
Susunan Dewan Penguji

Sekretaris Tim Penguji / Pembimbing



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM

Ketua Tim Penguji



Djojo Dihadjo, SE., MM., MAK

Anggota Tim Penguji



Lestari, SE., MM

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Tanggal..24..-..7..-..2023



Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan kuasa-Nya sehingga Penulis diberikan kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Celebrity Endorsment, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs Di Surabaya Barat”, dalam Rangka memenuhi persyaratan mencapai gelar serjana Manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan , dorongan, dan bimbingan yang ditunjukkan kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada Yth :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL(K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., MAK., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Ibu Dr. Titik Inayati, SE., MM., selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

5. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran dalam proses penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan sangat baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma yang telah membantu menyampaikan informasi kepada penulis.
8. Untuk yang paling istimewa kepada orang tua dan keluarga, yang selalu mendukung saya. Terima kasih untuk segala doa, kasih sayang, cinta, dan nasehat yang telah diberikan kepada saya.
9. Untuk seluruh teman-teman. Dony Alessandro, Dito Reynaldi, Jeremy Antonius, Nabila Retno, Intan Yuwanita Putri, Astrisk Hayusham. Terima kasih atas suport, doa dan dukungan yang telah diberikan kepada saya sampai penulisan skripsi ini selesai.
10. Untuk sahabat terbaik Alfiros Ahmad dan Muhammad Rizky Firmansyah yang selalu mendukung satu sama lain dari awal perkuliahan samapai penulisan skripsi ini selesai.

Surabaya,

Viky Armando Putra Sai sera

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Skripsi.....	5
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 <i>Celebrity Endorsement</i>	9
2.1.2.1 Pengertian <i>Endorsement</i>	9
2.1.2.3 Spesifikasi <i>Celebrity Endorsement</i>	10
2.1.2.4 Manfaat dan Peran <i>Celebrity Endorsement</i>	11
2.1.2.4 Indikator <i>Celebrity Endorsement</i>	11
2.1.3 Kualitas Produk	13
2.1.3.1 Pengertian Produk	13
2.1.3.2 Pengertian Kualitas Produk	14
2.1.3.3 Tingkatan Produk	15
2.1.3.4 Indikator-Indikator Kualitas Produk	16
2.1.4 Citra Merek.....	18

2.1.4.1	Pengertian Citra Merek.....	18
2.1.4.2	Indikator-Indikator Citra Merek.....	19
2.1.5	Keputusan Pembelian.....	19
2.1.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.1.5.2	Indikator-Indikator Keputusan Pembelian.....	20
2.1.6	Hubungan antara Variabel Penelitian.....	21
2.1.6.1	Hubungan <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian	21
2.1.6.2	Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	22
2.1.6.3	Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	23
2.2	Penelitian Terdahulu.....	23
2.3	Hipotesis dan Model Analisis	24
2.3.1	Hipotesis.....	24
2.3.2	Model Analisis	25
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Pendekatan Penelitian	27
3.2	Populasi dan Sampel	27
3.2.1	Populasi	27
3.2.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3.3	Identifikasi Variabel	29
3.3.1	Variabel Independen (bebas)	29
3.3.2	Variabel Dependen (terikat).....	29
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	30
3.4.1	<i>Celebrity Endorsement</i> (Variabel X1).....	30
3.4.2	Kualitas Produk (Variabel X2)	31
3.4.3	Citra Merek (Variabel X3).....	34
3.4.4	Keputusan Pembelian (Variabel Y).....	34
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	35
3.5.1	Jenis Data	35
3.5.2	Sumber Data	36
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	36
3.7	Teknik Analisis Data	38
3.7.1	Uji Validitas	38
3.7.2	Uji Reabilitas	38
3.7.3	Uji Regresi Linier Berganda.....	39

3.7.4 Uji t	40
3.7.5 Uji Dominan	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	41
4.1.1 Gambaran Umum PT. Panatrade Caraka (Specs).....	41
4.2 Deskripsi Identitas Responden	41
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	43
4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> (X_1).....	44
4.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_2)	45
4.3.3 Deskripsi Variabel Citra Merek (X_3)	47
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	48
4.4 Hasil Pengujian Validitas	49
4.5 Hasil Pengujian Reliabilitas	51
4.6 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	52
4.7 Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	54
4.8 Hasil Pengujian Hipotesis	55
4.8.1 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	55
4.9 Pembahasan	59
4.9.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.9.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian....	60
4.9.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	60
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	62
5.2 Simpulan	62
5.2 Saran	62
5.3 Keterbatasan Penelitian	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	<i>Skala Likert</i>	36
Tabel 4.1	Data Identitas Responden Mengenai Usia	42
Tabel 4.2	Data Identitas Responden Mengenai Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3	Data Identitas Responden Mengenai Pendidikan	42
Tabel 4.4	Kategori Mean Masing-masing Variabel.....	43
Tabel 4.5	Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> (X_1)	44
Tabel 4.6	Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk (X_2).....	45
Tabel 4.7	Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra Merek (X_3).....	47
Tabel 4.8	Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> (X_1) ...	49
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2).....	50
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek (X_3).....	50
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	51
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Reliabilitas	51
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	52
Tabel 4.15	Koefisien Determinasi Berganda	54
Tabel 4.16	Hasil Analisis Uji t	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Model Analisis	25
Gambar 4.1 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	56
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	57
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Citra Merek (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Input Data Penelitian (Program SPSS)
- Lampiran 3 Hasil Olah Data Penelitian (Program SPSS)
- Lampiran 4 Pedoman Tabel t dan R

1 ABSTRAK

Penelitian ini meneliti, ”Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Futsal Specs Di Surabaya Barat”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak *celebrity endorsement*, mutu produk, dan persepsi merek terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal merek ”*Specs*” di daerah Surabaya Barat. Elemen-elemen bebas dalam penelitian ini meliputi dukungan selebriti, kualitas produk, dan persepsi merek. Sementara itu, variabel tergantungnya adalah keputusan pembelian produk sepatu futsal merek ”*Specs*” di wilayah Barat Surabaya. Penelitian ini menggunakan sampel yang terpilih menggunakan metode non-probability sampling melalui pendekatan teknik purposive sampling dan melibatkan 40 partisipan yang memenuhi kriteria tertentu, yaitu usia di atas 17 tahun, memiliki pengalaman melihat iklan Aediansyah Runtuboy, dan pernah membeli sepatu futsal merek ”*Specs*”. Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linear berganda, dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 5,956 + 0,205 X1 + 0,127 X2 + 0,531 X3 + e$$

Dari evaluasi yang telah dilaksanakan, dapat ditarik kesimpulan bahwa elemen-elemen bebas seperti dukungan dari selebriti terkenal, mutu produk, dan persepsi merek memiliki dampak secara individual terhadap penentuan untuk membeli produk sepatu futsal merek ”*Specs*” di wilayah Surabaya Barat.

Kata Kunci: *Celebrity Endorsement*, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian.