

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK, DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *BODY LOTION* SCARLETT WHITENING
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**

SKRIPSI
Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Diajukan Oleh:

ALVINA DAMAYANTI

NPM : 20420097

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2024**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alvina Damayanti

NPM : 20420097

Alamat : Jl. Lempung Indah No.7, Surabaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **"PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BODY LOTION SCARLETT WHITENING (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)"**. Bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain.

Surabaya, 06 Februari 2024

Yang membuat pernyataan



ALVINA DAMAYANTI

NPM : 20420097

SKRIPSI

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
BODY LOTION SCARLETT WHITENING
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**

Diajukan Oleh :

ALVINA DAMAYANTI

NPM : 20420097

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Titik Inayati, SE., MM.

Tanggal, 30 Januari 2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Tanggal, 30 Januari 2024

SKRIPSI

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
BODY LOTION SCARLETT WHITENING
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ALVINA DAMAYANTI

NPM : 20420097

Susunan Dewan Penguji

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Titik Inayati, SE., MM

KETUA TIM PENGUJI




Ni Ketut Yulia Agustini, SE., MM

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



Husni Indrawati Wijaya Putri., SE., MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana manajemen
Tanggal, 30 Januari 2024



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM
KETUA PROGAM STUDI

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bismillahirrohmanirrahim dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Sarjana Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, dengan judul **”Pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Body Lotion* Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”**.

Telah terselesaikannya proses penyusunan skripsi ini saya mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam proses berjalannya penelitian ini hingga sampai pada puncak penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL (K), FICS., selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs.Ec.Gimanto Gunawan, MM, M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Andrianto.T,SE, MM., selaku Ketua Program Studi (Kaprodi) Ekonomi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Titik Inayati, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, kesabaran dalam bimbingan, perhatian, memberikan ilmu serta masukan yang sangat menambah pengetahuan dan telah bersedia membantu dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
5. Ibu Dr. Indahwati, Ec., M.Si., selaku Wali Dosen yang turut membantu peneliti dalam memberikan masukan dan informasi mengenai perkuliahan.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan berbagai ilmu dan wawasan pengetahuan selama masa perkuliahan sehingga dapat membantu penulis hingga berhasil menyelesaikan skripsi ini.
7. Orang tua, keluarga, dan pria saya yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, material, dan sebagainya selama proses penyelesaian skripsi ini.
8. Sahabat dan teman diantaranya: Betty Wulan, Aisyah Citra, Salsha Nashira, Savira Mahardi, Teresa Ika, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu. Terima kasih telah memberikan dukungan, memberikan semangat satu sama lain, dan berjuang bersama-sama sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas dalam waktu yang tepat.
9. Para responden yang telah senang tiasa memberikan waktu luangnya untuk bersedia mengisi kuesioner pada penelitian ini.
10. Kepada pihak-pihak berkepentingan yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terima kasih banyak atas dukungan dan doa baiknya.

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang tulus atas dukungan yang diberikan kepada peneliti. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan membalas dengan rahmat yang melimpah kepada kita semua. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan dan wawasan ilmu bagi para pembaca dan penelitian selanjutnya.

Surabaya, 06 Februari 2024



Alvina Damayanti

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.5 Sistematika Skripsi.....	19
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Pemasaran.....	21
2.1.2 <i>Celebrity Endorser</i>	25
2.1.3 Kualitas Produk.....	30
2.1.4 <i>Word Of Mouth</i>	36
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	40
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	47
2.3 Hipotesis dan Model Analisis.....	52
2.3.1 Hipotesis.....	52
2.3.2 Model Analisis.....	53
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
3.1 Pendekatan Penelitian.....	54
3.2 Populasi dan Sampel.....	54
3.2.1 Populasi.....	54
3.2.2 Sampel.....	55
3.3 Identifikasi Variabel.....	56

3.4	Definisi Operasional Variabel	57
3.5	Jenis dan Sumber Data	59
3.5.1	Jenis Data	59
3.5.2	Sumber Data.....	59
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	60
3.7	Uji Instrumen.....	60
3.7.1	Uji Validitas	60
3.7.2	Uji Reliabilitas	61
3.8	Teknik Analisis Data	62
3.8.1	Uji Normalitas.....	62
3.8.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	62
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda	63
3.9	Uji Hipotesis.....	64
3.9.1	Uji T	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	65
4.1.1	Profil Scarlett Whitening.....	65
4.1.2	Visi dan Misi Scarlett Whitening.....	66
4.1.3	Produk yang Dihasilkan Scarlett Whitening	67
4.2	Deskripsi Hasil Jawaban Responden.....	90
4.2.1	Kriteria dan Karakteristik Responden.....	91
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian	94
4.3	Analisis Model atau Pengujian Hipotesis.....	98
4.3.1	Hasil Uji Instrumen.....	98
4.3.2	Hasil Teknik Analisis Data	101
4.3.3	Hasil Uji Hipotesis	106
4.4	Pembahasan	109
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		115
5.1	Simpulan.....	115
5.2	Saran.....	115
5.3	Keterbatasan Penelitian	117
DAFTAR PUSTAKA		118
LAMPIRAN.....		124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce 2021	1
Gambar 1.2 Data Penjualan Scarlett Whitening Tahun 2019 – 2021	7
Gambar 1.3 Brand Skincare Terlaris di E-Commerce April-Juni 2022.....	8
Gambar 1.4 Data Penjualan Scarlett Whitening Tahun 2020 - 2022.....	9
Gambar 1.5 Data Grafik Penguasa Brand Produk Kecantikan	10
Gambar 1.6 Market Share Scarlett Whitening Pada Body Lotion.....	12
Gambar 1.7 Celebrity Endorser Scarlett Whitening	13
Gambar 1.8 Pembelian Produk Body Lotion Scarlett Whitening.....	14
Gambar 2.1 Model Proses Keputusan Pembelian.....	44
Gambar 2.2 Model Analisis	53
Gambar 4.1 Logo Scarlett Whitening	65
Gambar 4.2 Produk Shower Scrub Scarlett Whitening.....	68
Gambar 4.3 Produk Body Scrub Scarlett Whitening	72
Gambar 4.4 Produk Body Lotion Scarlett Whitening	73
Gambar 4.5 Produk Body Serum Scarlett Whitening	75
Gambar 4.6 Produk Body Cream Scarlett Whitening.....	76
Gambar 4.7 Produk Facial Cream Scarlett Whitening.....	77
Gambar 4.8 Produk Facial Cream Scarlett Whitening.....	80
Gambar 4.9 Produk Facial Essence Toner Scarlett Whitening.....	81
Gambar 4.10 Produk Facial Serum Scarlett Whitening.....	83
Gambar 4.11 Produk Facial Mask Scarlett Whitening Varian.....	85
Gambar 4.12 Produk Facial Sunscreen Scarlett Whitening.....	86
Gambar 4.13 Produk Hair Care Scarlett Whitening.....	88
Gambar 4.14 Produk Parfum Scarlett Whitening	89
Gambar 4.15 Grafik Normal P-Plot	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	47
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	57
Tabel 3.2 Ketentuan Instrumen Pengukuran Penelitian.....	60
Tabel 4.1 Responden Berlandaskan Tahun Angkatan	91
Tabel 4.2 Mahasiswi Prodi Manajemen.....	92
Tabel 4.3 Konsumen Melihat Iklan Produk Body Lotion Scarlett Whitening.....	93
Tabel 4.4 Pembelian Produk Dengan Minimal 2 kali	94
Tabel 4.5 Kriteria Skor Variabel Penelitian	95
Tabel 4.6 Distrubusi Jawaban Responden Variabel Celebrity Endorser	95
Tabel 4.7 Distrubusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	96
Tabel 4.8 Distrubusi Jawaban Responden Variabel Word Of Mouth.....	97
Tabel 4.9 Distrubusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	97
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	98
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	100
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisiensi Varians	101
Tabel 4.13 Tabel Hasil Koefisiensi Determinasi (R Square).....	104
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	105
Tabel 4.15 Uji Parsial (Uji T): Pengaruh X1, X2, X3 terhadap Y.....	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	124
Lampiran 2 Hasil dan Tabulasi Kuesioner.....	129
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	145

ABSTRAK

Dalam dunia kecantikan, perawatan wajah sampai perawatan tubuh sudah menjadi kebutuhan utama seseorang wanita yang membuat mereka terlihat menarik dan istimewa. Tujuan yang dimiliki penelitian ini yaitu untuk 1) Menguji dan mengkaji pengaruh yang dimiliki *Celebrity Endorser* kepada suatu keputusan pembelian dari sebuah produk yang berupa Scarlett Whitening yang merupakan *body lotion*, 2) Menguji dan mengkaji suatu pengaruh yang ada pada Kualitas Produk kepada sebuah keputusan pembelian sebuah produk yang berupa Scarlett Whitening yang merupakan *body lotion*., 3) Menguji dan mengkaji pengaruh *Word Of Mouth* pada keputusan pembelian dari sebuah produk *body lotion* Scarlett Whitening.

Pada dilaksanakannya penelitian digunakan sebuah populasi dengan wujud IMahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis pada Prodi Manajemen dengan jumlah populasi 299 mahasiswa perempuan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 171 responden dengan karakteristik yaitu: 1) Konsumen melihat iklan produk *body lotion* Scarlett Whitening., 2) Konsumen menjalankan pembelanjaan kembali produk *body lotion* dengan brand Scarlett Whitening dengan minimal 2 kali pembelian. Pengumpulan Data menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji normalitas dan analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis menggunakan uji T dan uji R² dengan alat bantuan pengujian *SPSS* dengan tipe *20 for windows*.

Melalui penelitian yang dihasilkan menunjukkan bahwasanya *celebrity endorser* tidaklah memberikan pengaruh dengan signifikan kepada suatu keputusan pembelian, kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan akan adanya keputusan pembelian, serta *word of mouth* membawa pengaruh dengan signifikan pada suatu keputusan pembelian dari konsumen.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

In the world of beauty, facial care and body care have become the main needs of women to make them look attractive and special. This research aims to 1) Test and analysis the influence of celebrity endorser on purchasing decisions for Scarlett Whitening body lotion products, 2) Test and analysis the influence of product quality on purchasing decisions for Scarlett Whitening body lotion products, 3) Test and analysis the influence of word of mouth on purchasing decisions for Scarlett Whitening body lotion products.

The population in this study were students at Wijaya Kusuma University, Surabaya, Faculty of Economics and Business in the Management Study Program with a population of 299 Female students. The sampling technique uses a non-probability sampling method using purposive sampling. The sample used in this research was 171 respondents with characteristics, namely: 1) Consumers saw advertisements for Scarlett Whitening body lotion products. 2) Consumers repurchased Scarlett Whitening body lotion products with a minimum of 2 purchases. Data collection uses primary data obtained by distributing questionnaires. Data analysis techniques use the normality test and multiple linear regression analysis, and hypothesis testing uses the T test and R^2 test with SPSS version 20 for windows testing tools.

The results of this research show that celebrity endorsers have no significant influence on purchasing decisions, product quality has a significant influence on purchasing decisions, and word of mouth has a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Celebrity Endorser, Product Quality, Word Of Mouth, Purchase Decision.