

SKRIPSI

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
GLAD2GLOW**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Wijaya Kusuma Surabaya)**

HALAMAN JUDUL



Diajukan Oleh :

AULIA RACHMAH

NPM : 21420115

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2025

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul **“Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow”**. Bukan merupakan plagiasi atau suduran dari skripsi orang lain, Apabila kemudia 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, January 2025



Aulia Rachmah

SKRIPSI

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE GLAD2GLOW**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Wijaya Kusuma Surabaya)**

Diajukan Oleh:

Aulia Rachmah

NPM : 21420115

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Hendra Prasetya, SE., M.Ak

Tanggal, 16 Januari 2025 Surabaya

**KETUA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN**



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM

Tanggal, 15 Januari 2025 Surabaya

SKRIPSI

PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE GLAD2GLOW

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Wijaya Kusuma Surabaya)


Diajukan Oleh:

Aulia Rachmah

NPM : 21420115

Susunan Dewan Penguji :

DOSEN PEMBIMBING



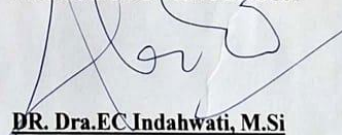
Hendra Prasetya, SE., M.A k

KETUA DEWAN PENGUJI



Dwi Indah Mustikoroni, SE,MM
CRA

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



DR. Dra.EC Indahwati, M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 15 Januari 2025



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM
Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penyusun skripsi yang berjudul **“PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE GLAD2GLOW”** dapat terselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Pada penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang dihadapi oleh penulis namun berkat kehendak-Nyalah penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Selain itu penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati patutlah kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr., Sp.T.H.T.K.L. (K) 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. Dr. Adrianto Trimajono, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Bapak Hendra Prasetya, SE., M.Ak selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta sabar membimbing, memberikan arahan, bantuan serta saran bagi penulis selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dewi Nuraini, SE., M. SM selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan bantuan bagi penulis selama kuliah serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

7. Ayah tercinta dan panutanku yaitu bapak Achmad Syaihu, terima kasih sudah berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Pintu surgaku, Ibu Mudjiati terima kasih sudah berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 14 Desember 2024

Aulia Rachmah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xvii
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 Penulisan	5
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
2.1 Landasan teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	8
2.1.3 Selebriti Endorser	9

2.1.3.1	Pengertian Celebriti Endorser	9
2.1.3.2	Indikator Celebriti Endorser	9
2.1.4	Citra Merek	10
2.1.4.1	Pengertian Citra Merek	10
2.1.4.2	Manfaat Citra Merk	11
2.1.4.3	Indikator Citra Merk	12
2.1.5	Kualitas Produk	12
2.1.5.1	Pengertian Kualitas Produk	12
2.1.5.2	Tujuan Kualitas Produk	12
2.1.5.3	Indikator Kualitas Produk	13
2.1.6	Keputusan Pembelian	14
2.1.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.1.6.2	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
2.1.6.3	Indikator Keputusan Pembelian	16
2.1.7	Hubungan Antar Variabel	16
2.1.7.1	Hubungan Celebrity Endorser dengan keputusan pembelian	16
2.1.7.2	Hubungan Citra Merek dengan keputusan pembelian	17
2.1.7.3	Hubungan Kualiatas Produk dengan keputusan pembelian	18
2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.3	Hipotesis Dan Model Analisis	25
2.3.1	Hipotesis	25
2.3.2	Model Analisis	26
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	27
3.3	Identifikasi Variabel	28
3.3.1	Variabel Independen (X)	28
3.3.2	Variabel Dependen (Y)	29
3.4	Definisi operasional variabel	29
3.4.1	Celebrity Endorser	29
3.4.2	Citra Merek	30
3.4.3	Kualitas Produk	30
3.4.4	Keputusan Pembelian	31
3.5	Jenis dan Sumber Data	32
3.5.1	Jenis Data	32
3.5.2	Sumber Data	32
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	33
3.7	Teknik Analisis Data	34
3.7.1	Uji Validitas	34
3.7.2	Uji Reliabilitas	34
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.7.4	Koefesien Determinan (R_2)	36
3.7.5	Uji T	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Profil Perusahaan Produk Skincare Glad2Glow.	38
4.2	Hasil Penelitian	41
4.2.1	Karakteristik Responden	41
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	45
4.3	Hasil Analisis Data Pengujian Hipotesis	50
4.3.1	Hasil Uji Instrumen	50

4.3.2	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	53
4.3.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	54
4.3.4	Hasil Uji t	55
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	59
4.4.1	Pengaruh Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2Glow Pada Mahasiswa FEB UWK Surabaya	59
4.4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2Glow Pada Mahasiswa UWK Surabaya	60
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2Glow Pada Mahasiswa FEB UWK Surabaya	61
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN		63
5.1	Simpulan	63
5.2	Saran	63
5.3	Keterbatasan Penelitian	64
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN.....		70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 4.1 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden.....	50
Tabel 4.2 Klasifikasi Usia Responden.....	51
Tabel 4.3 Klasifikasi Program Studi Responden.....	52
Tabel 4.4 Klasifikasi Angkatan Tahun Responden.....	52
Tabel 4.5 Kategori Nilai Variabel.....	54
Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel Celebrity Endorser.....	55
Tabel 4.7 Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	55
Tabel 4.8 Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	56
Tabel 4.9 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.10 Uji Validitas.....	58
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.12 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.13 Uji Koefisien Adjusted (R ²).....	63
Tabel 4.14 Uji t.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Model Analisis.....	33
Gambar 4.1 Produk Skincare Glad2Glow.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2 : Tabulasi & Output SPSS.....	7

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser*, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare *glad2glow*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $T_{hitung} = 2,145 > T_{tabel} = 1,9847$. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $T_{hitung} = 2,677 > T_{tabel} = 1,9847$. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $T_{hitung} = 4,725 > T_{tabel} = 1,9847$. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *celebrity endorser*, citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Skincare Glad2Glow Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Kata kunci: Celebrity Endorser, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of celebrity endorsers, brand image and product quality on the purchase decision of glad2glow skincare products. The sample in this study is 100 respondents. The method used in sampling is purposive sampling. The analysis tool used is multiple linear regression with the help of the SPSS program. Celebrity Endorser has a significant effect on the purchase decision with the value of $T_{count} = 2.145 > T_{table} = 1.9847$. Brand Image has a significant effect on purchasing decisions with the value of $T_{count} = 2.677 > T_{table} = 1.9847$. Product Quality has a significant effect on purchasing decisions with the value of $T_{count} = 4.725 > T_{table} = 1.9847$. The results of this study stated that celebrity endorsers, brand image and product quality had a significant effect on the purchase decision of Skincare Glad2Glow in students of the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University Surabaya.

Keywords: Celebrity Endorser, Brand Image, Product Quality, Purchase Decision.

