

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)

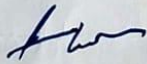
Diajukan Oleh:

Aulia Rachmah

NPM : 21420115

Susunan Dewan Penguji :

DOSEN PEMBIMBING



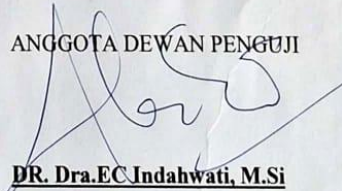
Hendra Prasetya, SE.,M.A k

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 terimah 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. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.

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.

DAFTAR ISI

<u>HALAMAN JUDUL</u>	i
<u>SURAT PERNYATAAN</u>	ii
<u>HALAMAN PERSETUJUAN</u>	iii
<u>HALAMAN PENGESAHAN</u>	iv
<u>KATA PENGANTAR</u>	v
<u>DAFTAR ISI</u>	ix
<u>DAFTAR TABEL</u>	xii
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	xiii
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	xv
<u>ABSTRAK</u>	xiv
<u>ABSTRACT</u>	xvii
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	1
<u>1.1 Latar Belakang</u>	1
<u>1.2 Rumusan Masalah</u>	3
<u>1.3 Tujuan Penelitian</u>	4
<u>1.4 Manfaat Penelitian</u>	4
<u>1.5 Sistematika Penulisan</u>	5
<u>BAB II TELAAH PUSTAKA</u>	7
<u>2.1 Landasan teori</u>	7
<u>2.1.1 Pemasaran</u>	7
<u>2.1.2 Manajemen Pemasaran</u>	7
<u>2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran</u>	7
<u>2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran</u>	8
<u>2.1.3 Selebriti Endorser</u>	9
<u>2.1.3.1 Pengertian Celebriti Endorser</u>	9
<u>2.1.3.2 Indikator Celebriti Endorser</u>	9
<u>2.1.4 Citra Merek</u>	10
<u>2.1.4.1 Pengertian Citra Merek</u>	10

2.1.4.2	<u>Manfaat Citra Merk</u>	11
2.1.4.3	<u>Indikator Citra Merk</u>	12
2.1.5	<u>Kualitas Produk</u>	12
2.1.5.1	<u>Pengertian Kualitas Produk</u>	12
2.1.5.2	<u>Tujuan Kualitas Produk</u>	12
2.1.5.3	<u>Indikator Kualitas Produk</u>	13
2.1.6	<u>Keputusan Pembelian</u>	14
2.1.6.1	<u>Pengertian Keputusan Pembelian</u>	14
2.1.6.2	<u>Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian</u>	15
2.1.6.3	<u>Indikator Keputusan Pembelian</u>	16
2.1.7	<u>Hubungan Antar Variabel</u>	16
2.1.7.1	<u>Hubungan Celebrity Endorser dengan keputusan pembelian</u>	16
2.1.7.2	<u>Hubungan Citra Merek dengan keputusan pembelian</u>	17
2.1.7.3	<u>Hubungan Kualiatas Produk dengan keputusan pembelian</u>	18
2.2	<u>Penelitian Terdahulu</u>	18
2.3	<u>Hipotesis Dan Model Analisis</u>	25
2.3.1	<u>Hipotesis</u>	25
2.3.2	<u>Model Analisis</u>	26
BAB III	<u>METODE PENELITIAN</u>	27
3.1	<u>Pendekatan Penelitian</u>	27
3.2	<u>Populasi dan Sampel</u>	27
3.2.1	<u>Populasi</u>	27
3.2.2	<u>Sampel</u>	27
3.3	<u>Identifikasi Variabel</u>	28
3.3.1	<u>Variabel Independen (X)</u>	28
3.3.2	<u>Variabel Dependen (Y)</u>	29
3.4	<u>Definisi operasional variabel</u>	29
3.4.1	<u>Celebrity Endorser</u>	29
3.4.2	<u>Citra Merek</u>	30

3.4.3	<u>Kualitas Produk</u>	30
3.4.4	<u>Keputusan Pembelian</u>	31
3.5	<u>Jenis dan Sumber Data</u>	32
3.5.1	<u>Jenis Data</u>	32
3.5.2	<u>Sumber Data</u>	32
3.6	<u>Prosedur Pengumpulan Data</u>	33
3.7	<u>Teknik Analisis Data</u>	34
3.7.1	<u>Uji Validitas</u>	34
3.7.2	<u>Uji Reliabilitas</u>	34
3.7.3	<u>Analisis Regresi Linear Berganda</u>	34
3.7.4	<u>Koefesien Determinan (R_2)</u>	36
3.7.5	<u>Uji T</u>	36
<u>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u>		38
4.1	<u>Profil Perusahaan Produk Skincare Glad2Glow</u>	38
4.2	<u>Hasil Penelitian</u>	41
4.2.1	<u>Karakteristik Responden</u>	41
4.2.2	<u>Deskripsi Variabel Penelitian</u>	45
4.3	<u>Hasil Analisis Data Pengujian Hipotesis</u>	50
4.3.1	<u>Hasil Uji Instrumen</u>	50
4.3.2	<u>Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda</u>	53
4.3.3	<u>Uji Koefisien Determinasi Adjusted (R_2)</u>	54
4.3.4	<u>Hasil Uji t</u>	55
4.4	<u>Pembahasan Hasil Penelitian</u>	59
4.4.1	<u>Pengaruh Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2Glow Pada Mahasiswa FEB UWK Surabaya</u>	59
4.4.2	<u>Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2Glow Pada Mahasiswa UWK Surabaya</u>	60
4.4.3	<u>Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2Glow Pada Mahasiswa FEB UWK Surabaya</u>	61
<u>BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN</u>		63
5.1	<u>Simpulan</u>	63

<u>5.2</u> <u>Saran</u>	63
<u>5.3</u> <u>Keterbatasan Penelitian</u>	64
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	26
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 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
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Celebrity Endorser.....	64
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Citra Merek.....	65
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Kualitas Produk.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	70
LAMPIRAN II TABULASI DATA KUESIONER.....	75
LAMPIRAN HASIL OLAH DATA SPSS.....	80

