

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT  
WHITENING *BODY LOTION* DI PUSAT GROSIR SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat**

**Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

**WULANDARI**

NPM : 18420019

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Wulandari  
NPM : 18420019  
Alamat : Jln. Simo Sidomulyo Gang V No. 26-A  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening Body Lotion* Di Pusat Grosir Surabaya”** 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, 21.02.2022

Yang membuat pernyataan



Wulandari  
18420019

**SKRIPSI**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT  
WHITENING *BODY LOTION* DI PUSAT GROSIR SURABAYA**

**Diajukan oleh:**

**WULANDARI**

**NPM : 18420019**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**



**WIWIK HERAWATI, SE, MM**

**Tanggal, 14 Januari 2022**

**KETUA PROGRAM STUDI**



**DR. KRISTININGSIH, SE, M.SI**

**Tanggal, 14 Januari 2022**

Skripsi

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT  
WHITENING *BODY LOTION* DI PUSAT GROSIR SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**WULANDARI**

NPM : 18420019

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



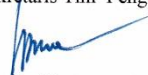
Wiwik Herawati, SE, MM

Ketua Tim Penguji



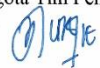
Dr. Dwi Bhakti Iriantini, S.E., M.Si.

Sekretaris Tim Penguji



Drs. Ismangil, Ak., MM., M.Ak., CA

Anggota Tim Penguji



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi

Tanggal 2-2 2022



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si

Ketua Program Studi

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah S.W.T, karena berkat dan rahmat-nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “pengaruh *celebrity endorser* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening *Body Lotion* di Pusat Grosir Surabaya”. Dimana penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademik untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya,

Dalam penulisan skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik tanpa bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang sudah memberikan dan meluangkan waktunya, mendengar segala keluh kesah dan kebahagiaan dalam setiap pembuatan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, tidak lupa penulis dengan tulus menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof.Dr.H. Widodo Ario Kencono, dr., Sp. T.H.T.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. Kristiningish, SE, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Wiwik Herawati, SE, MM Selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan dan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan selama mengerjakan skripsi.
5. Drs.Ec. Sugeng Widodo, M.Ak. Selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan selama melaksanakan Studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Suarabaya.
7. Bapak dan mama (Nasir dan Yati) Selaku orang tua yang telah memberikan doa, dukungan. Terima kasih banyak yang selalu ada buat Wulan. Maaf belum bisa membalas budi atas kebaikan ayah dan mama selama ini. Terima kasih juga Ulva, Syawal, Rajab dan Zaim Selaku adik tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Bidas, om Hardin, om Muis, om Firman, bibi ita, dan bibi Wati yang telah memberikan doa dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga buat kakek dan nenek (Lantogi dan Wa Igunti) yang dari kecil sampai sekarang selalu pengertian dan selalu ada. Dan terima kasih juga buat keluarga besar Ama Ura dan Na Ura atas doa dan dukungannya.
9. Teman-teman kelas Manajemen “A” 2018 dan Kelas Manajemen “F” 2019 yang telah membantu dalam seluruh kegiatan selama perkuliahan.

10. Kakak Atiri, Tina, Firda dan Arfina Selaku kakak yang telah memberikan doa dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh Responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dan kerjasamanya dalam kelancaran penulisan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang juga telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, mohon kritik dan saran dari semua pihak yang dapat membangun demi penulisan yang lebih baik lagi di masa yang akan datang.

Surabaya, 14 Januari 2022

Penulis

**WULANDARI**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.2 <i>Celebrity Endorser</i> .....	10
2.1.2.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i> .....	10
2.1.2.2 Peran <i>Celebrity Endorser</i> .....	11



2.1.2.3 Indikator <i>Celebrity Endorser</i> .....	13
2.1.3    Kualitas Produk .....	14
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk .....	14
2.1.3.2 Indikator Kualitas Produk .....	15
2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	16
2.1.4    Keputusan Pembelian .....	17
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	17
2.1.4.2 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	17
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	19
2.1.5    Hubungan Antara Variabel .....	20
2.1.5.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.1.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ...	21
2.2    Penelitian Terdahulu .....	22
2.3    Hipotesis dan Model Analisis .....	24
2.3.1    Hipotesis .....	24
2.3.2    Model Analisis .....	25

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1    Pendekatan Penelitian .....	26
3.2    Populasi dan Sampel .....	27
3.2.1    Populasi .....	27
3.2.2    Sampel .....	27
3.3    Identifikasi Variabel .....	28
3.4    Definisi Operasional .....	29
3.4.1    Variabel Independen .....	29
3.4.2    Variabel Dependen .....	30
3.5    Jenis dan Sumber Data .....	32
3.6    Prosedur Pengumpulan Data .....	32

3.7 Teknik Analisis Data .....	33
3.7.1 Uji Instrumen .....	33
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	35
3.7.2.1 Uji Normalitas .....	35
3.7.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	35
3.7.2.3 Uji Multikolinearitas .....	36
3.7.3 Uji Model .....	37
3.7.3.1 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda .....	37
3.7.3.2 Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	37
3.7.4 Hipotesis .....	38
3.7.4.1 Uji F .....	38
3.7.4.2 Uji T .....	39
3.7.4.3 Uji Dominan (Koefisien Beta) .....	40

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
4.1.1 Profil Perusahaan .....	41
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	42
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	42
4.3 Variabel Penelitian .....	44
4.4 Hasil Analisis Data .....	47
4.4.1 Hasil Uji Validitas .....	47
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	50
4.5.1 Uji Normalitas .....	50
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas .....	52
4.5.3 Uji Multikolinearitas .....	53
4.6 Analisis Model Dan Penguji Hipotesis .....	55

4.6.1 Regresi Linear Berganda .....	55
4.6.2 Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	57
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis .....	58
4.7.1 Uji F .....	58
4.7.2 Uji T .....	59
4.7.3 Uji Dominan (Koefisien Beta) .....	60
4.8 Pembahasan .....	61
4.8.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	61
4.8.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	62
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	63
5.2 Saran .....	64
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu .....	22
4.1 Distribusi Penyebaran Kuesioner .....	42
4.2 Identitas Responden Jenis Kelamin .....	43
4.3 Identitas Responden Menurut Usia .....	43
4.4 Kategori Rata-Rata Jawaban Responden .....	44
4.5 Tanggapan Responden Untuk <i>Celebrity Ebdorser</i> .....	45
4.6 Tanggapan Responden Untuk Kualitas Produk .....	46
4.7 Tanggapan Responden Untuk Keputusan Pembelian .....	47
4.8 Hasil Uji Validitas .....	48
4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
4.10 Hasil One Sample Kolmogorov Smirnov Test .....	51
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas .....	54
4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	55
4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	57
4.14 Hasil Uji F .....	58
4.15 Hasil Uji T .....	59
4.16 Nilai Koefisien Beta .....	60

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Penjualan Produk Kecantikan 2021 .....	3
2.1 Model Konseptual .....	25
4.1 Logo Scarlett .....	41
4.2 Hasil Uji Normalitas .....	50
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	53

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Input Data SPSS

Lampiran 3 : Hasil Output Validitas

Lampiran 4 : Hasil Output Reliabilitas

Lampiran 5 : Hasil Output Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6 : Hasil Output Uji Regresi Linear Berganda

Lampiran 7 : Hasil Output Uji T Dan F

Lampiran 8 : Tabel Pengujian Nilai R tabel, F Dan T

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening *Body Lotion* Di Pusat Grosir Surabaya. Variabel bebas terdiri dari *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk sedangkan variabel terikat adalah Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling, purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang responden. Responden dalam penelitian ini adalah Pembeli Produk Scarlett Whitening *Body Lotion* Di Pusat Grosir Surabaya. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *celebrity endorser* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,177, nilai signifikan sebesar 0,242 lebih besar dari 0,05. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 9,261, nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Diantara *celebrity endorser* dan kualitas produk yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian adalah kualitas produk dengan nilai koefisien beta ( $\beta$ ) sebesar 0,740.

**Kata Kunci:** *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of Celebrity Endorser and Product Quality on Purchase Decision for Scarlett Whitening Products Body Lotion in Surabaya Wholesale Center. The independent variables consist of Celebrity Endorser and Product Quality, while the dependent variable is Decision Purchase. In this study, the determination of the sample was carried out by the method non-probability sampling, purposive sampling. Number of samples used in this study were 100 respondents. Respondents in this study is a Buyers of Scarlett Whitening Body Lotion Products at the Surabaya Wholesale Center. The analytical method used in this study is linear regression multiple. The results of this study indicate that celebrity endorser do not influential significant on purchasing decisions with the value of thinne of 1.177, a significant value of 0.242 and 0.05. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with a tcount of 9.261, a significant value of 0.000 which is smaller than 0.05. Among celebrity endorser and product quality that has a dominant influence on purchasing decisions is product quality with a beta coefficient (B) of 0.740.*

*Keywords: Celebrity Endorser, Product Quality, purchase Decision.*