

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SABUN PEMBERSIH
WAJAH POND'S DI MASA PANDEMI COVID-19**

(Studi Kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Wijaya Kusuma
Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

DERA ECARLINA VERONICA

NPM : 17420026

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

2021

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dera Ecarlina Veronica

NPM : 17420026

Alamat : JL. Surya Bhuana lingk.Batuculung. Bali

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SABUN PEMBERSIH WAJAH POND’S DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)” Benar-benar karya sendiri dan bukan merupakan plagiasi atau dari skripsi orang lain. Tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali kutipan yang sudah dirujuk sesuai kode etik ilmiah. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 17 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



(Dera Ecarlina Veronica)

NPM : 17420026

SKRIPSI

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SABUN PEMBERSIH WAJAH
POND'S DI MASA PANDEMI COVID-19**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya

Kusuma Surabaya)

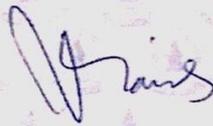
Diajukan Oleh :

DERA ECARLINA VERONICA

NPM : 17420026

TELAH DISETUJUI DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



EVIANAH, SE, M. Si

Tanggal 6 Juni 2021

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. KRISTININGSIH, SE., M. Si

Tanggal 6 Juni 2021

SKRIPSI

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SABUN PEMBERSIH WAJAH
POND'S DI MASA PANDEMI COVID-19**

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

Dipersiapkan dan disusun oleh :

DERA ECARLINA VERONICA

NPM : 17420026

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Ketua Tim Penguji



EVIANAH, SE., M. Si



DIJAH JULINDRASTUTI, SE., M.Ak

Anggota Dewan Penguji Lain



HENDRA PRASETYA, SE., M.Ak

Skripsi telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana manajemen
Tanggal 7 Agustus 2021



Dr.KRISTININGSIH, SE., M.Si

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul : **“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SABUN PEMBERSIH WAJAH POND’S DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”** guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan yang diberikan kepada penulis dari berbagai pihak, Maka dari itu pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Sri Harmadji., dr.,Sp.THT-KL(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku De..... Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE, M. Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

4. Ibu Evianah, SE, M. Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, serta bimbingan selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Prof. Dr. Ir. Ismanto Hadi Santoso, MS selaku dosen wali di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama studi di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Kedua orang tua tercinta, keluarga terimakasih atas doa dan dukungan yang diberikan selama ini.
8. Andreas Dwi Yulianto yang mendorong dan selalu memberi semangat agar cepat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Manajemen A Bella, Alvi, Elita, Adit dan teman teman lain seperti Safina, Revita, Aghnia yang memberi informasi serta dukungan agar bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

Oleh karena skripsi ini masih memiliki kekurangan, Penulis mengharapkan kritik dan saran dan masukan yang membangun. Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca. Terimakasih

Surabaya, 18 Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| ABSTRAK | xvii |
| ABSTRACT | xviii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 4 |

| | |
|--|-----------|
| 1.5.Sistematika Skripsi..... | 5 |
| BAB II | |
| | 6 |
| TELAAH PUSTAKA | 6 |
| 2.1 Landasan Teori | 6 |
| 2.1.1 Celebrity Endorser..... | 6 |
| 2.1.1.1 Definisi Celebrity Endorser | 6 |
| 2.1.1.2 Peran Celebrity Endorser | 6 |
| 2.1.1.3 Karakteristik Celebrity Endorser | 8 |
| 2.1.1.4 Indikator Celebrity Endorser | 9 |
| 2.1.2 Brand Image..... | 10 |
| 2.1.2.1 Pengertian Brand Image..... | 10 |
| 2.1.2.2 Variabel Pendukung Brand Image..... | 12 |
| 2.1.2.3 Indikator Brand Image | 13 |
| 2.1.3 Keputusan Pembelian dimasa Pandemi Covid-19 | 14 |
| 2.1.3.1 Pengertian Pandemi Covid-19..... | 14 |
| 2.1.3.2 Perilaku Konsumen..... | 15 |
| 2.1.3.3 Pengertian Keputusan Pembelian | 15 |

| | |
|---|----|
| 2.1.3.4 Tahapan Pengambilan Keputusan | 16 |
| 2.1.3.5 Faktor Keputusan Pembelian | 18 |
| 2.1.3.6 Indikator Keputusan Pembelian | 20 |
| 2.2 Penelitian Sebelumnya | 21 |
| 2.3 Hipotesis dan Model Analisis | 23 |
| 2.3.1 Model Analisis | 23 |
| 2.3.2 Hipotesis Penelitian | 24 |
| BAB III..... | 25 |
| METODE PENELITIAN | 25 |
| 3.1 Pendekatan Penelitian | 25 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 25 |
| 3.2.1 Populasi | 25 |
| 3.2.2 Sampel | 26 |
| 3.3 Identifikasi Variabel | 27 |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel | 28 |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data | 30 |
| 3.5.1 Jenis Penelitian..... | 30 |

| | |
|---|----|
| 3.5.2 Sumber Data..... | 31 |
| 3.6 Proses Pengumpulan Data | 31 |
| 3.7 Teknik Analisis | 33 |
| 3.7.1 Uji Instrumen Penelitian | 33 |
| 3.7.1.1 Uji Validitas | 33 |
| 3.7.1.2 Uji Reliabilitas..... | 33 |
| 3.7.1.3 Uji Model Analisis..... | 34 |
| 3.7.1.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 35 |
| 3.7.1.5 Uji Hipotesis (Uji F) | 35 |
| 3.7.1.6 Uji Hipotesis (Uji T)..... | 36 |
| BAB IV | 37 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 37 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan | 37 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan | 37 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan | 43 |
| 4.1.2.1 Visi Unilever | 43 |
| 4.1.2.2 Misi Unilever..... | 44 |

| | |
|---|----|
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian | 44 |
| 4.2.1 Deskripsi Identitas Pelanggan..... | 44 |
| 4.3 Deskripsi Mengenasi Variabel Penelitian | 47 |
| 4.3.1 Penilaian Masing-Masing Variabel..... | 47 |
| 4.3.2 Variabel Celebrity Endorser (X1) | 48 |
| 4.3.3 Variabel Brand Image (X2) | 50 |
| 4.3.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 51 |
| 4.4 Analisis Data..... | 53 |
| 4.4.1 Uji Instrumen | 53 |
| 4.4.1.1 Hasil Pengujian Validitas..... | 53 |
| 4.4.1.2 Hasil Pengujian Reliabilitas | 57 |
| 4.5 Uji Model..... | 59 |
| 4.5.1 Hasil Regresi Linier Berganda | 59 |
| 4.5.2 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)..... | 61 |
| 4.6 Hasil Pengujian Hipotesis..... | 62 |
| 4.6.1 Hasil Uji F..... | 62 |
| 4.6.2 Hasil Uji T | 64 |

| | |
|--|----|
| 4.7 Pembahasan | 66 |
| BAB V..... | 70 |
| SIMPULAN, SARAN, KETERBATASAN PENELITIAN | 70 |
| 5.1 Simpulan..... | 70 |
| 5.2 Saran..... | 71 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA | 72 |
| LAMPIRAN LAMPIRAN | 75 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| 3.1 Definisi Operasional..... | 28 |
| 3.2 Skala Penilaian Positif Negatif | 32 |
| 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin..... | 45 |
| 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 45 |
| 4.3 Karakteristik Responden dalam Memakai Pond's | 46 |
| 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Melihat Iklan | 47 |
| 4.5 Kategori Masing-Masing Variabel | 48 |
| 4.6 Tanggapan Responden Pada Variabel Celebrity Endorser..... | 49 |
| 4.7 Tanggapan Responden Pada Variabel Brand Image | 50 |
| 4.8 Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian | 52 |
| 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser | 54 |
| 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image | 55 |
| 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian | 56 |
| 4.12 Hasil Uji Reliabilitas | 58 |
| 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda | 59 |
| 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 61 |
| 4.15 Hasil Uji F | 63 |

| | |
|------------------------|----|
| 4.16 Hasil Uji T | 65 |
|------------------------|----|

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------------|----|
| Gambar 1.1 TOP BRAND AWARDS | 3 |
| Gambar 2.1 Model Analisis..... | 23 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian | 75 |
| Lampiran 2 Hasil Olah Data IBM SPSS statistic | 85 |

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pembersih Wajah POND'S di masa Pandemi Covid-19.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini menguji dua variabel independen yaitu *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* yang dapat mempengaruhi dependen yaitu Keputusan Pembelian.

Dalam penelitian ini penentuan sampel dilakukan dengan metode non probability sampling dengan prosedur purposive sampling. Sample yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisa menggunakan regresi linier berganda. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan dengan nilai 0,000 dan *Brand Image* berpengaruh signifikan dengan nilai 0,000 terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research delves into the influences of Celebrity Endorser and Brand Image towards The Decicion of Buying POND'S Facial Cleanser During the COVID-19 Pandemic.

The research aims to determine the effects of Celebrity Endorser and Brand Image towards Consumer's Decision. This research tests two independent variabels, which are Celebrity Endorser and Brand Image that are able to affect the Consumer's Decision.

In this research, samples are determined using the Non-Probability Sampling method with Purposive Procedure Sampling, using 100 respondents as samples. Analyzing technique will use Multiple Linear Regression. With the results showing that Celebrity Endorser have significant influence with the value of 0,000 and Brand Image having significant influence with value of 0,000 towards Customer's Decision.

Keywords: *Celebrity Endorser, Brand Image, Customer Decision Making.*

