

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MERK, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT  
WHITENING***

**(Studi Pada Konsumen Scarlett di Kecamatan Ajibarang)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**Sarjana Manajemen S1**

**INDAH KHOIRUNNISA**

**1802010161**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

**2022**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MERK, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT  
WHITENING***

**(Studi Pada Konsumen Scarlett di Kecamatan Ajibarang)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**Sarjana Manajemen S1**

**INDAH KHOIRUNNISA**

**1802010161**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

**2022**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MERK, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SCARLETT  
WHITENING***

**(Studi Pada Konsumen Scarlett di Kecamatan Ajibarang)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**Sarjana Manajemen S1**

**INDAH KHOIRUNNISA**

**1802010161**

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing



Mastur Mujib Ikhsani, S.E., M.Si

NIK. 2160754

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Khoirunnisa  
NIM : 1802010161  
Progam Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto 01 Agustus 2022  
  
Khoirunnisa


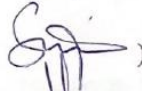

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Indah Khoirunnisa  
NIM : 1802010161  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : **Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. (Studi Pada Konsumen Scarlett di Kecamatan Ajibarang)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Mastur Mujib Ikhsani, S.E.,M.Si (  )  
Anggota 1 : Dra. Tri Septin Muji R, M.Si (  )  
Anggota 2 : Purnadi, S.E., M.Si (  )

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 01 Agustus 2022

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



  
Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK.2160187

v

v

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Hermin Endratno, S.E M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Mastur Mujib Ikhsani, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam menyusun skripsi ini.
6. Dra. Tri Septin Muji R, M.Si Selaku Dosen Penguji Satu yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.

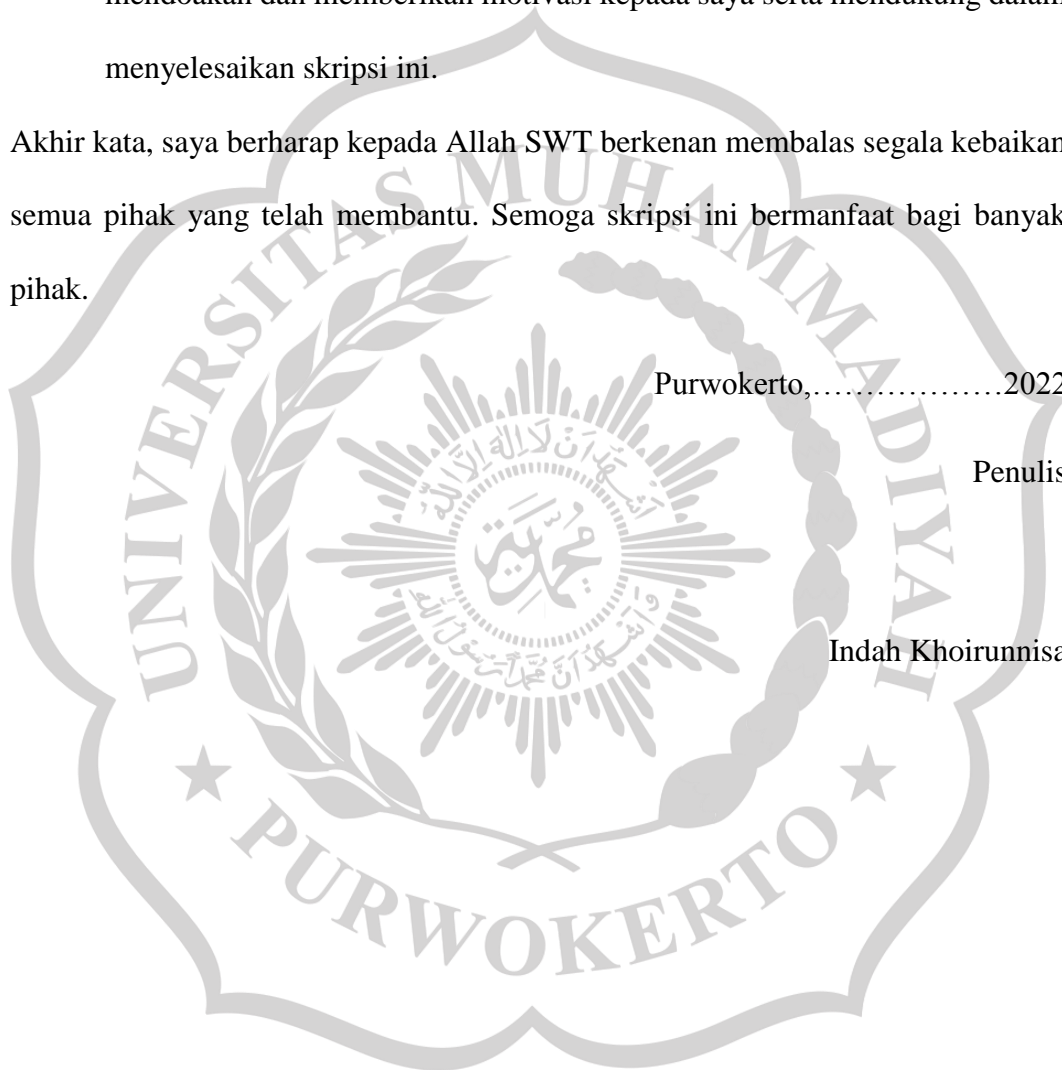
7. Purnadi, SE., M.Si Selaku Dosen Penguji Dua yang telah memberikan berbagai pernyataan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
8. Untuk kedua orang tua serta segenap keluarga dan teman teman yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi kepada saya serta mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap kepada Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak.

Purwokerto,.....2022

Penulis

Indah Khoirunnisa



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Khoirunnisa  
NIM : 1802010161  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap**

**Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening.**

**(Studi Pada Konsumen Scarlett di Kecamatan Ajibarang)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 01 Agustus 2022

nyatakan,  
  
Indah Khoirunnisa



## MOTTO

**“Sesungguhnya di samping kesukaran ada kemudahan. Apabila engkau telah selesai mengerjakan suatu pekerjaan, maka bersusah payahlah mengerjakan yang lain dan kepada Tuhanmu berharaplah”**

(Q.S Al-Insyiroh: 6-8)

**“Menunda kesuksesan sama halnya dengan menunda kebahagiaan orang tua dan harus tetap semangat”**

(Indah Khoirunnisa)



## PERSEMBAHAN

*Dengan mengucapkan Basmallah dan syukur, kupersembahkan Skripsi penuh perjuangan ini kepada:*

- ❖ *Bapak H. Machmud Yusuf, Ibuku Apri Afiah, Terima kasih atas setiap lantunan doa dan tetesan keringat yang tak bisa terhitung, semoga Allah memberkahi dan mengganti segalanya.*
- ❖ *Kakak saya Mas Ivan, Sebagai tanda terimakasih atas dukungan, motivasi, dan doa yang telah diberikan selama ini.*

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT  
WHITENING**

(Studi pada Konsumen Scarlett Whitening di Kecamatan Ajibarang)

**Indah Khoirunnisa<sup>1</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail: [indahknsa11@gmail.com](mailto:indahknsa11@gmail.com)

**Mastur Mujib Ikhsani<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail: [mastur\\_mujib@yahoo.co.id](mailto:mastur_mujib@yahoo.co.id)

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan 105 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrument, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, kemudian secara parsial *Celebrity Endorser* dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, namun Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

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

**THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, AND  
PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS FOR SCARLETT  
WHITENING PRODUCTS**

(Study On Scarlett Whitening Consumers In Ajibarang District)

**Indah Khoirunnisa<sup>1</sup>**

Faculty of Economics and Business  
Muhammadiyah University Purwokerto  
E-mail: [Indahknsa11@gmail.com](mailto:Indahknsa11@gmail.com)

**Mastur Mujib Ikhsani<sup>2</sup>**

Faculty of Economics and Business  
Muhammadiyah University Purwokerto  
E-mail: [mastur\\_mujib@yahoo.co.id](mailto:mastur_mujib@yahoo.co.id)

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of Celebrity Endorser, Brand Image, and Product Quality on purchasing decisions. The sample selection in this study used purposive sampling. Criteria Based on the obtained 105 respondents who became the sample. The data analysis techniques used in this research are instrument test, descriptive statistical test, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The results of the analysis show that Celebrity Endorser, Brand Image, and Product Quality simultaneously affect the Quality of Purchase Decisions, then partially Celebrity Endorser and Brand Image have a positive and significant effect on Purchase Decisions, but the product quality does not have a significant effect on Purchase Decisions.*

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

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori.....	11
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	26
C. Kerangka Pemikiran.....	29
D. Hipotesis.....	32
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>

A. Jenis Penelitian.....	33
B. Populasi Dan Sampel .....	33
C. Metode Pengumpulan Data .....	37
D. Variabel Penelitian .....	38
E. Definisi Operasional.....	39
F. Metode Analisi Data .....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	52
B. Responrate.....	53
C. Gambaran Umum Responden .....	54
D. Uji Instrumen Data.....	59
E. Analisis Statistik Deskriptif .....	63
F. Uji Asumsi Klasik.....	71
G. Uji Analisis Data.....	75
H. Uji Kelayakan Model.....	77
I. Rekapitulasi Hasil Penelitian .....	83
J. Pembahasan.....	84
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Keterbatasan Penelitian.....	89
C. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Jumlah Sampel.....	36
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	39
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i> .....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Usia.....	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Pekerjaan.....	56
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Pendapatan.....	57
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Kelurahan/Desa.....	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> (X1).....	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2).....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3).....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y1).....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.12 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y1).....	64
Tabel 4.13 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Celebrity Endorser</i> (X1).....	66
Tabel 4.14 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Citra Merek (X2).....	68
Tabel 4.15 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk (X3).....	69
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolonieritas.....	73
Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74

Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	75
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determasi .....	77
Tabel 4.22 Hasil Uji F.....	78
Tabel 4.23 Hasil Uji t.....	80
Tabel 4.24 Rekapitulasi Hasil Penelitian.....	83



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Body Skincare Indonesia .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 3.1 Jumlah desa dan penduduk.....	33
Gambar 3.1 Kurva uji f .....	48
Gambar 3.2 Kurva Uji t hipotesis kedua.....	49
Gambar 3.3 Kurva Uji t hipotesis ketiga.....	50
Gambar 3.4 Kurva uji t hipotesis Keempat.....	51
Gambar 4.1 Kurva Hasil Uji F.....	79
Gambar 4.2 Kurva Hasil Uji t H2.....	81
Gambar 4.3 Kurva Hasil Uji t H3.....	82
Gambar 4.4 Kurva Hasil Uji t H4.....	83