

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *PRODUCT QUALITY*,  
DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK AZARINE**

**(Studi Pada Pengguna Produk Azarine di Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**UNIK GINA TRISNAENI**

**2002010204**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2023**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *PRODUCT QUALITY*,  
DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK AZARINE**

**(Studi Pada Pengguna Produk Azarine di Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**UNIK GINA TRISNAENI**

**2002010204**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *PRODUCT QUALITY*,  
DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK AZARINE**

(Studi Pada Pengguna Produk Azarine di Purwokerto)



**SKRIPSI**

**Oleh :**

**UNIK GINA TRISNAENI  
2002010204**

**Diterima dan disetujui oleh :**

**Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Erny Rachmawati', is written over a faint, illegible stamp.

**Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M.**  
**NIK. 2160122**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Unik Gina Trisnaeni  
NIM : 2002010204  
Program Studi : Manajemen S1  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : **PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, PRODUCT QUALITY, DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AZARINE**  
(Studi Pada Pengguna Produk Azarine di Purwokerto)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan 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 : Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M

Anggota 1 : Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D

Anggota 2 : Arini Hidayah, S.E., M.Si

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 25 Januari 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Hafati Tubastuvi, S.E., M.Si  
NIP. 2160187

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Unik Gina Trisnaeni

NIM : 2002010204

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua baik yang dikutip maupun dirujuk 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, 25 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Unik Gina Trisnaeni

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Unik Gina Trisnaeni  
NIM : 2002010204  
Program Studi : Manajemen S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jenis Karya : Skripsi

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

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *PRODUCT QUALITY*, DAN  
*BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
AZARINE  
(Studi Pada Pengguna Produk Azarine di Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/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. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat : Purwokerto  
Pada tanggal : 25 Januari 2024  
Yang menandatangani,

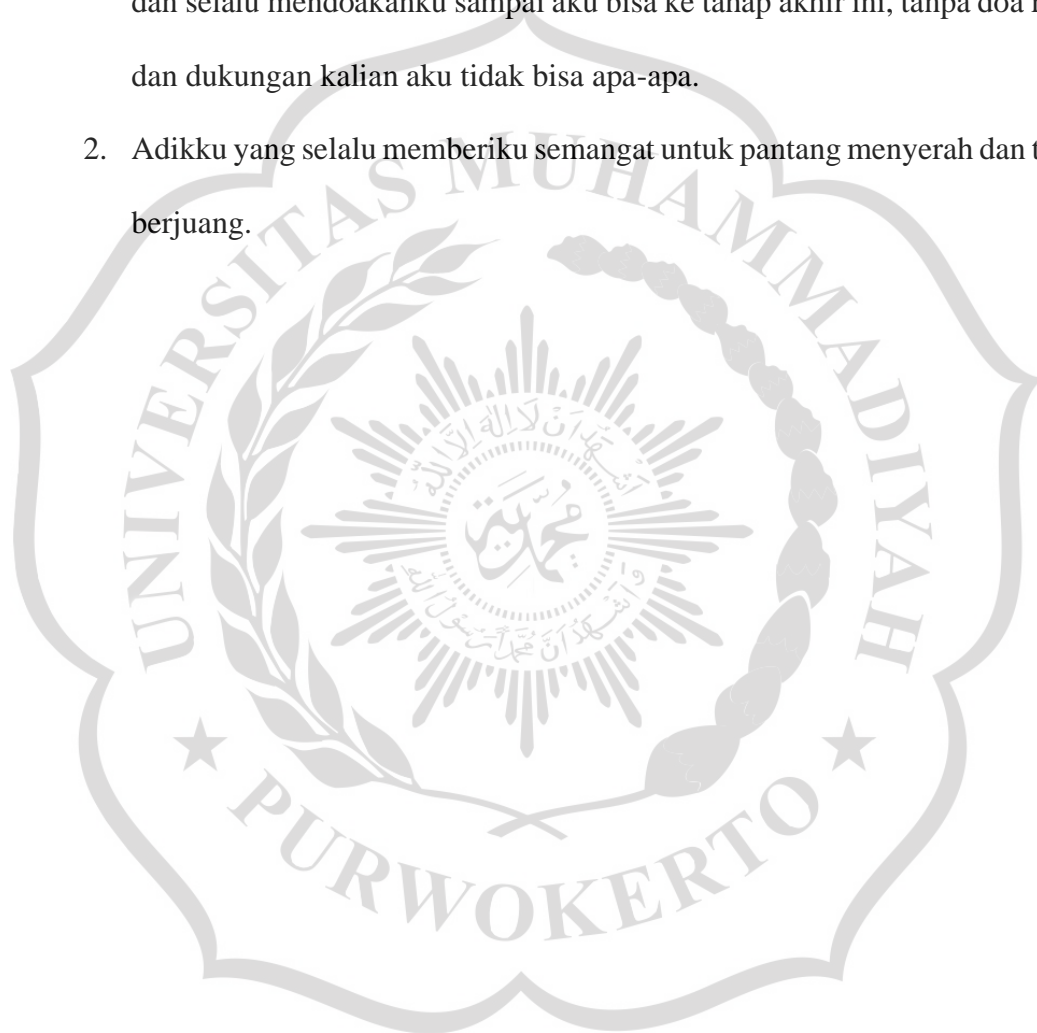


Unik Gina Trisnaeni

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan ridho Allah SWT, karya ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak dan Almh. ibu tersayang yang selalu menyayangiku, mendukung, dan selalu mendoakanku sampai aku bisa ke tahap akhir ini, tanpa doa restu dan dukungan kalian aku tidak bisa apa-apa.
2. Adikku yang selalu memberiku semangat untuk pantang menyerah dan terus berjuang.



## MOTTO

“Kesuksesan tidak hanya tentang kepintaran. Tetapi tentang bagaimana seseorang berusaha dengan sungguh- sungguh untuk mewujudkannya.”



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Product Quality*, dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Azarine (Studi Pada Pengguna Produk Azarine di Purwokerto).

Penelitian ini dilakukan dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

- (1) Allah SWT yang telah banyak memberikan rahmat kepada saya melalui kesehatan, semangat dan inspirasi yang membuat saya terus bekerja keras untuk mencapai hasil yang terbaik.
- (2) Bapak Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S.Kep., Ns., M.Kep., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- (3) Ibu Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi tentang tatalaksana penyusunan skripsi kepada saya.

- (4) Bapak Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- (5) Ibu Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang sudah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan banyak arahan dan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu sesuai yang saya rencanakan.
- (6) Bapak Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D., selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan, pengarahan, dan saran beserta memberikan ilmu-ilmunya kepada saya dalam menyusun skripsi ini.
- (7) Ibu Arini Hidayah, S.E., M.Si., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan, pengarahan, dan saran beserta memberikan ilmu-ilmunya kepada saya dalam menyusun skripsi ini.
- (8) Bapak Alfato Yusnar Kharismasyah, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang sudah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memberi masukan.
- (9) Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- (10) Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan edukasi perkuliahan dengan baik.
- (11) Terkhusus untuk kedua orang tua saya Bapak Risno dan Almh. Ibu Suryani yang telah memberikan dukungan material dan moral serta telah menjadi

support system yang sangat kuat, seluruh do'a dan pengorbanan untuk mendukung saya dalam menyelesaikan studi.

- (12) Adikku Farhaan Dwi Alwani yang selalu memberiku semangat untuk pantang menyerah dan terus berjuang.
- (13) Terimakasih kepada Evan Fauzan Putra sebagai partner yang selalu menjadi support system penulis dalam proses mengerjakan skripsi.
- (14) Terimakasih kepada Ibu Eti Rohaeti dan Ayah Darsim yang telah mendukung, mendoakan, dan memberi semangat untuk terus maju sampai dapat menyelesaikan studi.
- (15) Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan saya Chintia Marsella, Anggi Dian Rosalinda, dan Hana Fayruz yang saling mendukung, menyemangati, dan berproses bersama dalam mengerjakan skripsi.
- (16) Seluruh teman-teman angkatan 2020 yang telah memberi warna, pengalaman, dan kerjasama selama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- (17) Terimakasih kepada seluruh pihak baik yang terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam menyelesaikan studi ini.

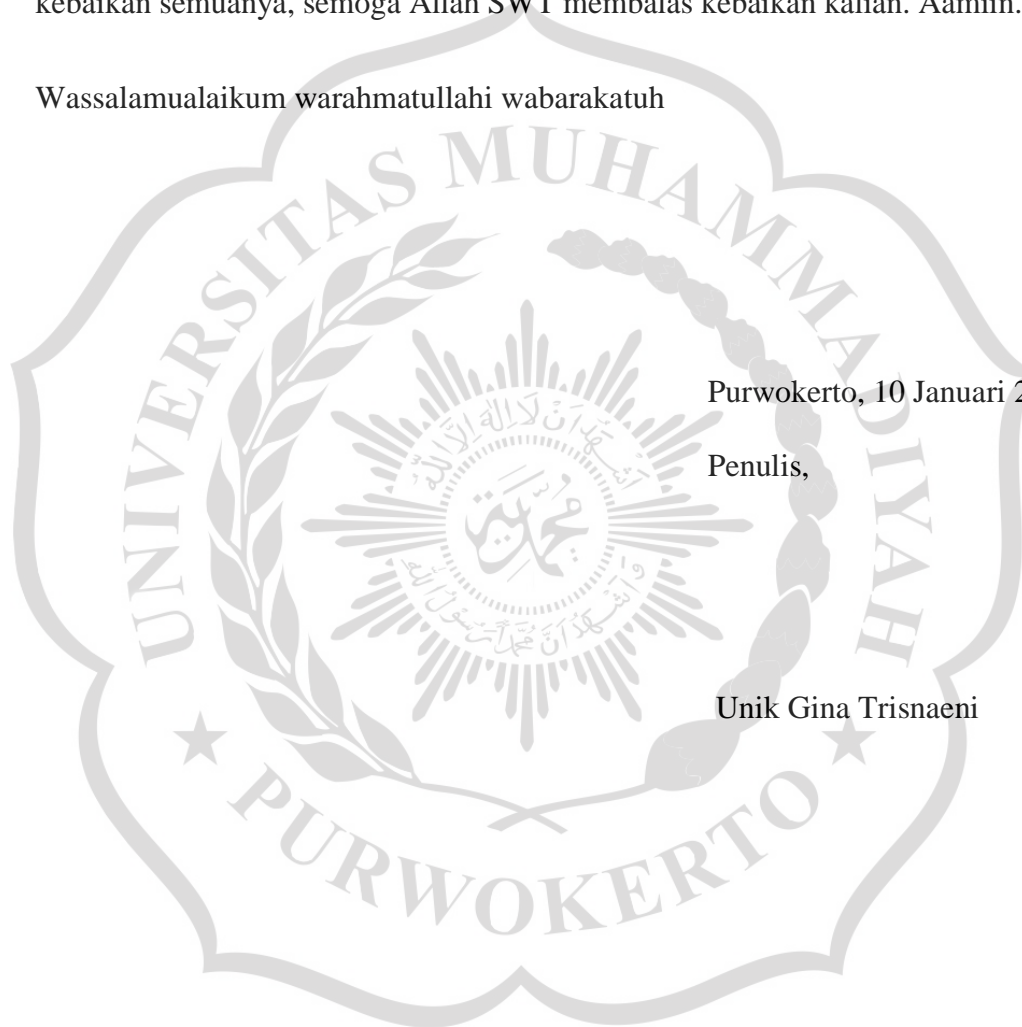
Peneliti memahami bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Adanya kritik dan saran demi kebaikan untuk skripsi ini sangatlah peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Akhirnya, tidak ada yang dapat peneliti berikan untuk membalas kebaikan semuanya, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian. Aamiin.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Purwokerto, 10 Januari 2024

Penulis,

Unik Gina Trisnaeni



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *PRODUCT QUALITY*, DAN  
*BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
AZARINE**

**(Studi Pada Pengguna Produk Azarine di Purwokerto)**

**Unik Gina Trisnaeni<sup>1</sup>**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Purwokerto**

**Email: [unikginaa@gmail.com](mailto:unikginaa@gmail.com)**

**Erny Rachmawati<sup>2</sup>**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Purwokerto**

**Email: [erny-rachmawati@yahoo.com](mailto:erny-rachmawati@yahoo.com)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial variabel independen *celebrity endorser*, *product quality*, dan *brand trust* terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Purwokerto yang melakukan keputusan pembelian produk. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria didapatkan 121 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial *celebrity endorser* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan *product quality* dan *brand trust* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Celebrity Endorser*, *Product Quality*, *Brand Trust*, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER, PRODUCT QUALITY,  
AND BRAND TRUST ON AZARINE PRODUCT PURCHASE DECISIONS  
(Study on Azarine Product Consumers in Purwokerto)**

**Unik Gina Trisnaeni<sup>1</sup>**  
**Faculty of Economics and Business**  
**University of Muhammadiyah Purwokerto**  
**Email: [unikginaa@gmail.com](mailto:unikginaa@gmail.com)**

**Erny Rachmawati<sup>2</sup>**  
**Faculty of Economics and Business**  
**University of Muhammadiyah Purwokerto**  
**Email: [erny-rachmawati@yahoo.com](mailto:erny-rachmawati@yahoo.com)**

**ABSTRACT**

*This study aims to partially examine the effect of the independent variable celebrity endorser, product quality, and brand trust on the dependent variables of purchasing decisions. The population in this study is people in Purwokerto District who make product purchase decisions. The sample selection in this study was done by purposive sampling. Based on the criteria obtained 121 respondents who became the sample. The data analysis technique used in this research is multiple regression analysis. The results of the analysis showed that partially celebrity endorsers has no positive effect on purchasing decisions, product quality and brand trust have a positive effect on purchasing decisions.*

***Keywords: Celebrity Endorser, Product Quality, Brand Trust, Purchase Decision***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	10
C. Pembatasan Masalah .....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori.....	14
1. Perilaku Konsumen .....	14
2. Teori Kognisi .....	19
3. Teori Affect.....	26
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	29
C. Kerangka Pemikiran.....	40
D. Hipotesis.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	44
C. Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data .....	47
D. Variabel Penelitian .....	48
E. Definisi Operasional.....	49
F. Indikator dan Item Pernyataan .....	52
G. Metode Analisis Data.....	55
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	64

B. Pembahasan.....	90
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	95
B. Keterbatasan dan Saran.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>104</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 10 Brand Skincare Terlaris di E-Commerce 2022.....	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.3 Definisi Operasional .....	49
Tabel 4.1 <i>Response rate</i> .....	65
Tabel 4.2 Deskripsi Responden.....	66
Tabel 4.3 Hasil analisis statistik deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 4.4 Hasil analisis statistik deskriptif <i>Celebrity Endorser</i> (X1).....	72
Tabel 4.5 Hasil analisis statistik deskriptif <i>Product Quality</i> (X2).....	73
Tabel 4.6 Hasil analisis statistik deskriptif <i>Brand Trust</i> (X3) .....	75
Tabel 4.7 Hasil uji validitas <i>Celebrity Endorser</i> (X1) .....	77
Tabel 4.8 Hasil uji validitas <i>Product Quality</i> (X2).....	78
Tabel 4.9 Hasil uji validitas <i>Brand Trust</i> (X3) .....	79
Tabel 4.10 Hasil uji validitas Keputusan Pembelian (Y).....	79
Tabel 4.11 Hasil uji reliabilitas .....	81
Tabel 4.12 Hasil uji normalitas .....	82
Tabel 4.13 Hasil uji multikolinearitas .....	83
Tabel 4.14 Hasil uji heteroskedastisitas .....	83
Tabel 4.15 Hasil Analisis regresi linier berganda .....	84
Tabel 4.16 Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	86
Tabel 4.17 Hasil uji kecocokan model.....	86
Tabel 4.18 Rekapitulasi hasil pengujian hipotesis .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1 Kurva Uji t Hipotesis Pertama .....	61
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua .....	62
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	105
Lampiran 2. Data Responden.....	114
Lampiran 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	136
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas .....	137
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas .....	140
Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas.....	141
Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinearitas .....	141
Lampiran 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	141
Lampiran 9. Hasil Analisis Regresi Berganda .....	142
Lampiran 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	142
Lampiran 11. Hasil Uji Kecocokan Model .....	142
Lampiran 12. Hasil Uji Hipotesis (t).....	142
Lampiran 13. r tabel.....	143
Lampiran 14. t tabel.....	144
Lampiran 15. f tabel.....	145

