

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK (WARDAH)
DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang



DISUSUN OLEH:

E. DWINDA DEWI PERMATA PUTRI

NIM: 201311006

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI – JURUSAN MANAJEMEN**

2018


TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : E. Dwinda Dewi Permata Putri
NIM : 201311006
Universitas : Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
(WARDAH) DI KOTA MALANG

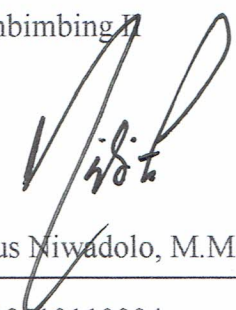
Malang, 2 Juni 2018

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I


Dra. Anni Yudiasuti, MP
NIP/NIK : 199002210015

Pembimbing II


Drs. Cornelius Niwadolo, M.M
NIP/NIK : 198510110004

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi

Dra. M.A.F. Suprapti, M.M
NIP/NIK : 199105210017

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Anni Yudiasuti, MP
NIP/NIK : 199002210015

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK (WARDAH) DI KOTA MALANG*

merupakan karya asli dari:

Nama : E. Dwinda Dewi Permata Putri
NIM : 201311006
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Katolik Widya Karya Malang

dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar – benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku

Malang, 2 Juni 2018



E. Dwinda Dewi Permata Putri

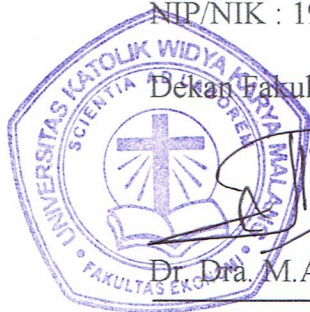
DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIP/NIK : 199002210015

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dra. M.A.F. Suprapti, M.M

NIP/NIK : 199105210017

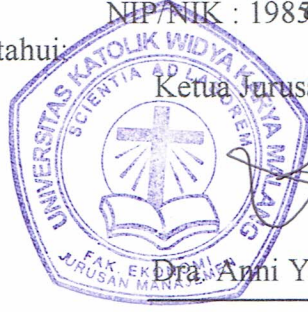
Pembimbing II

Drs. Cornelius Niwadololo, M.M

NIP/NIK : 198340110004

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen



Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIP/NIK : 199002210015

Skripsi yang berjudul:

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK (WARDAH)

DI KOTA MALANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : E. Dwindi Dewi Permata Putri

NIM : 201311006

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal: 2 Juni 2018 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1)

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang



Dr. Dra. M.A.F. Suprapti, M.M

NIP/NIK : 199105210017

DEWAN PENGUJI

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP
2. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M
3. J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM

TANDA TANGAN



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : E. Dwindi Dewi Permata Putri
NIM : 201311006
Universitas : Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Tempat, tanggal lahir : Malang, 17 November 1995
Alamat : Jln. Danau Sentani II blok E3B no 30
Nama orang tua (ayah): A. Puguh Darmawan
(ibu) : Anastasia Mistin
Riwayat Pendidikan : -SDK COR JESU MALANG (2001-2007)
-SMPK COR JESU MALANG (2007-2010)
-SMAK FRATERAN MALANG (2010-2013)
-UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA (2013-
2018)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena segala berkat dan kemurahanNya yang boleh menyertai saya dalam penyusunan skripsi ini yang berjudul: “PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK (WARDAH) DI KOTA MALANG” hingga selesai dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Katolik Widya Karya Malang. Dalam penyusunan skripsi ini banyak bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak untuk peneliti baik berupa dukungan, bimbingan dan pengarahan. Oleh sebab itu, dalam penyusunan skripsi ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rm. Albertus Herwanto, O. Carm, MA, selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang
2. Dra. M.A.F. Suprapti, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang.
3. Dra. Anni Yudiastuti, MP, selaku Dosen Pembimbing I yang telah dengan baik hati meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing, mengarahkan dan mendukung skripsi ini hingga selesai.
4. Drs Cornelius Niwadolo, M.M, selaku Pembimbing II karena kebaikannya yang telah memberikan prosedur persyaratan dan membimbing dalam memberikan saran-saran hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Malang, 29 Mei 2018

E. Dwindi Dewi Permata Putri

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan segala kebaikan Tuhan Yesus dan atas semua dukungan yang tidak pernah berhenti diberikan untuk saya oleh orang-orang terdekat. Dalam kesempatan ini saya dengan bangga mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Kedua orang tua yang saya cintai, ayah dan mama yang selalu mendukung dalam situasi dan keadaan apapun baik dalam doa dan terutama materiil. Yang selama ini tidak pernah berhenti menuntun dan memaafkan kesalahan putrinya hingga saya boleh menjadi pribadi yang lebih baik dan berguna.
2. Kakak saya, yang dengan kebaikannya selalu memberikan kesempatan dalam bertukar pikiran dan membantu saya menyelesaikan kesulitan apapun.
3. Edwin Putra Oktafian yang saya cintai, dengan kasihnya memberikan semangat dan pengertiannya untuk selalu mendukung dalam setiap keadaan hingga skripsi ini boleh terselesaikan dengan baik.
4. Silvio Junior Finanda, putra kecil yang dengan segala kepolosan dan kebaikan hatinya selalu hadir memberikan semangat baru di setiap hari-hari yang terasa berat hingga terasa lebih baik.
5. Orang-orang terdekat dikampus yang saya sangat cintai, Kristoverius Ana Buga, Tim Pekerja “LEMBUR PATAS” (Angel Regina Caely, Diajeng Michelle, Claudia Anggi, Felix Henriyanto), Jimmy Budiharjo, David, Rebecca, Vincensia Orchita. Karena kalian selalu ada dalam situasi apapun dan selalu bersama-sama mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir.
6. Sahabat-sahabat diluar kampus yang selalu memotivasi dan mendoakan meskipun tidak selalu bertemu, Margaretha Chyntia, Anita Margaretha, Retno

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Ayu (Noi), Putri Meibawati (Olin), Sinar Lestari, Cindy Oktiananda, Marlinda, Cynthia Carolin, Samuel Yudha Kalingga, Niken, Emiliani Monika, Maria Shinta (Tatag), Jenny Dwi Anggraini, Frederika Tio.

7. Teman-teman angkatan 2014 jurusan manajemen tanpa terkecuali, yang sudah menjadi teman dan menerima saya dengan baik serta saling mendukung satu sama lain.
8. Seluruh Dosen jurusan Manajemen diluar dosen pembimbing Bu Vicka, Bu Mayo dan pengurus Fakultas Ekonomi Pak Wawan, Ibu Eli.



MOTTO

SELESAIKAN

YANG TELAH

BERANI

KAMU MULAI!

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
HALAMAN DAFTAR ISI	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	xiv
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAKSI	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	12
1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	12
2. Bauran Pemasaran.....	12
3. Pengertian Promosi	13
4. Bauran Promosi.....	14

5. Tujuan Promosi	15
6. Tugas dari Promosi	16
7. Pengertian Periklanan.....	17
8. Tujuan Iklan	18
9. <i>Endorser</i>	18
10. Fungsi <i>Endorser</i>	19
11. Jenis-jenis <i>Endorser</i>	19
12. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	19
13. Atribut <i>Celebrity Endorser</i>	20
14. Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
15. Proses Pengambilan Keputusan	23
16. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan.....	23
B. Kerangka Pikir	24
C. Penelitian Terdahulu	26
D. Hipotesis.....	28

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	29
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	29
C. Lokasi Penelitian.....	29
D. Populasi dan Sampel	30
1. Populasi.....	30
2. Sampel.....	30
E. Sumber Data.....	31
1. Data Primer	31

2. Data Sekunder	31
F. Jenis Data	31
1. Data Kualitatif	31
2. Data Kuantitatif	31
G. Definisi Operasional Variabel	32
H. Metode Pengumpulan Data	33
1. Kuesioner	33
2. Wawancara	34
3. Dokumentasi	34
4. Studi Pustaka	34
I. Teknik Analisa Data	35
1. Uji Instrumen	35
a. Uji Validitas	35
b. Uji Reliabilitas	35
2. Uji Asumsi Klasik	35
a. Uji Multikolonieritas	35
b. Uji Heteroskedastisitas	35
c. Uji Normalitas	36
3. Uji Regresi Linier Berganda	36
4. Uji Hipotesis	36
a. Uji F	36
b. Uji T	37

BAB IV : ANALISIS DAN ITERPRETASI DATA

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	38
1. Sejarah Berdirinya PT Paragon.....	38
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	43
3. Struktur Organisasi perusahaan	44
4. Kondisi Perusahaan secara Umum.....	45
B. Gambaran Umum Responden Penelitian	47
1. Deskriptif Responden.....	47
a. Jenis Kelamin.....	47
b. Jumlah Responden	47
c. Usia Responden.....	47
C. Penyajian Data Hasil Kuesioner	48
D. Analisis Data dan Interpretasi	51
1. Uji Instrumen	51
a. Uji validitas dan uji reliabilitas	51
2. Uji Asumsi Klasik.....	53
a. Uji normalitas.....	53
b. Uji multikolonieritas	54
c. Uji heteroskedastisitas.....	54
3. Uji analisis regresi linier berganda.....	55
4. Uji hipotesis	57
a. Uji F	57
b. Uji T	58
c. Koefisien Determinasi.....	59

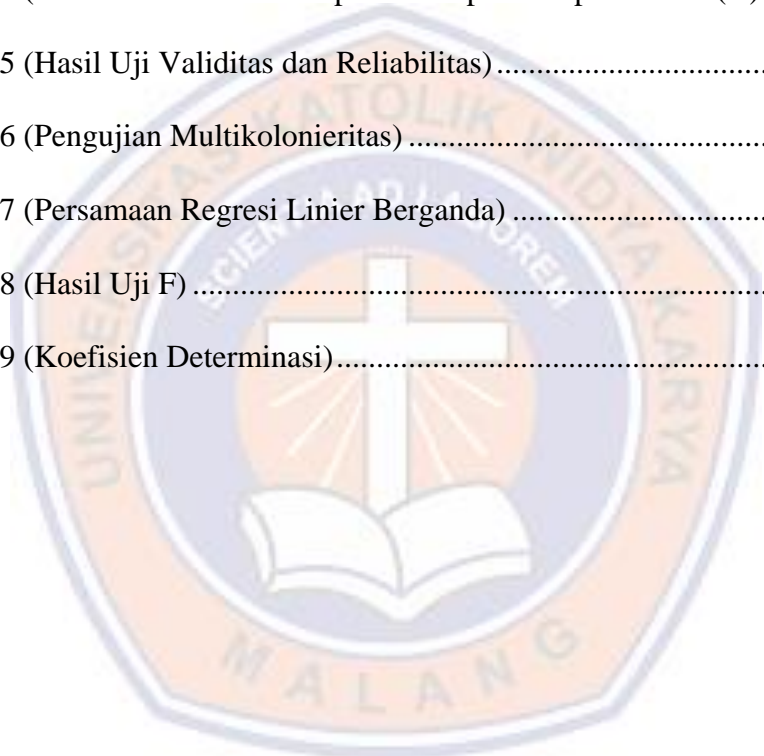
PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

E. Pembahasan.....	60
F. Implikasi Hasil Penelitian	61
BAB V : PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 (Penelitian Terdahulu).....	26
Tabel 3.1 (Definisi Operasional Variabel).....	32
Tabel 4.1 (Usia Responden).....	47
Tabel 4.2 (Frekuensi Jawaban Responden tentang <i>Attractiveness</i> (X1)).....	48
Tabel 4.3 (Frekuensi Jawaban Responden tentang <i>Credibility</i> (X2)).....	49
Tabel 4.4 (Frekuensi Jawaban Responden keputusan pembelian (Y)).....	50
Tabel 4.5 (Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas).....	52
Tabel 4.6 (Pengujian Multikolonieritas).....	54
Tabel 4.7 (Persamaan Regresi Linier Berganda).....	56
Tabel 4.8 (Hasil Uji F).....	58
Tabel 4.9 (Koefisien Determinasi).....	59



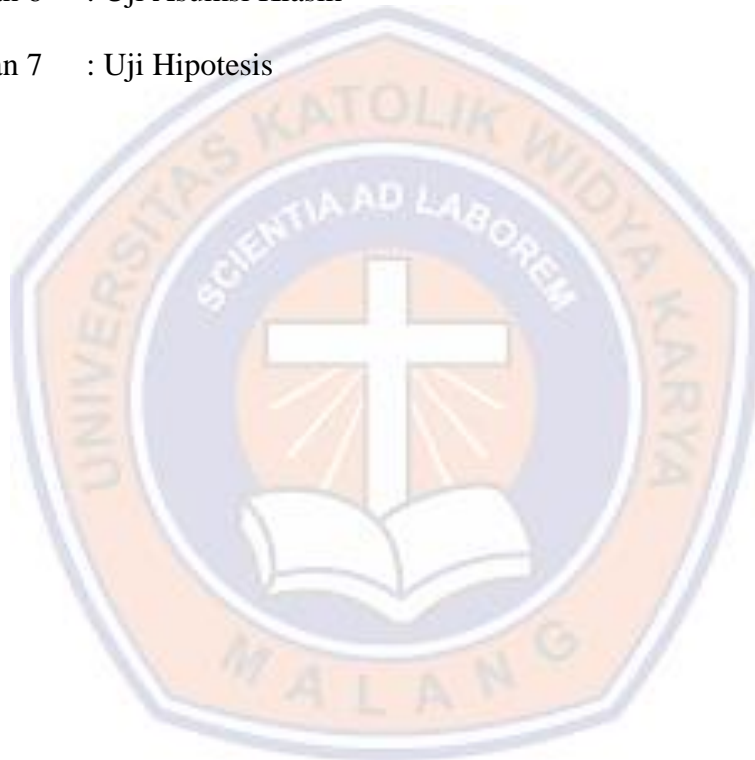
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 (Kerangka Pikir).....	24
Gambar 4.1 (Hasil Uji Normalitas).....	53
Gambar 4.2 (Hasil Uji Heteroskedastisitas).....	55



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lembar Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 : Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 4 : Uji Validitas
- Lampiran 5 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Uji Hipotesis



PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK (WARDAH)

DI KOTA MALANG

ABSTRAKSI

Upaya dalam memenangkan persaingan bisnis yang semakin ketat membuat semua pelaku usaha mencari cara dalam menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan tentunya dapat berdampak besar terhadap keputusan pembelian sebuah produk. Salah satu konsep pemasaran yang sedang banyak dilakukan adalah dengan menggunakan artis pendukung iklan (*celebrity endorser*) sebagai media dalam menyampaikan informasi mengenai suatu produk.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1. adanya signifikansi pengaruh variabel *celebrity endorser* yang terdiri dari *attractiveness* (X1) dan *credibility* (X2) terhadap keputusan pembelian produk kosmetik (wardah) di kota Malang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory research*. Populasi dan sampel yang diambil adalah seluruh konsumen perempuan di Mall Olympic Garden (MOG) yang menggunakan produk kosmetik wardah dengan teknik *accidental sampling*. Instrumen utama yang digunakan yaitu dengan kuesioner.

Hasil dalam penelitian ini membuktikan bahwa hasil yang ditunjukkan dari uji validitas dan reliabilitas terhadap 30 orang responden diperoleh hasil yang valid dan reliabel. Variabel *celebrity endorser* yang terdiri dari *attractiveness* (X1) dan *credibility* (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha 0,05$. Dengan persamaan $Y' = -2,132 + 0,222 X_1 + 0,543 X_2$. Variabel *credibility* (X2) berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian dengan melihat nilai *standardized Coefficients* (β) sebesar 0,548.

Kata kunci: *Celebrity Endorser* (X) dan Keputusan Pembelian (Y)