

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
PURCHASE DECISION PRODUK KOSMETIK EMINA
(STUDI KASUS DI PANDA LOVELY CABANG MALANG)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang



Disusun Oleh:
MARIA LUDOVICA AURELIA KRISTA DINANDRI
NIM: 201911021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Maria Ludovica Aurelia Krista Dinandri
NIM : 201911021
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap
Purchase Decision Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus di
Panda Lovely Cabang Malang)

Malang, 11 Mei 2023

(Maria Ludovica Aurelia Krista Dinandri)

Diterima dan disetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

J. Vicka Bayu Wardhani., S.Pd., M.SM.
NIDN: 0724018601

Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.
NIDN. 8887223419

Mengetahui,



Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Anton Bardi Astuti, S.E., M.M
NIDN: 0726018502



Ketua Program Studi Manajemen

J. Vicka Bayu Wardhani., S.Pd., M.SM.
NIDN: 0724018601

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Decision*
Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus di *Panda Lovely* Cabang Malang)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama: Maria Ludovica Aurelia Krista Dinandri

NIM: 201911021

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 11 Mei 2023 dan telah
memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1)

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Widya Karya Malang



Gratiya Suni Astuti, S.E., M.M.
NIDN. 0726018502

Dewan Penguji

1. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.

NIDN. 8887223419

2. Riwidya Tri Oktavia, S.E., M.M.

NIDN. 0714108806

3. J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.

NIDN. 0724018601

Tanda Tangan



SURAT KETERANGAN MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Denia Putri S

Jabatan : Supervisor

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Maria Ludovica Aurelia Krista Dinandri

NIM : 201911021

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Adalah mahasiswa dari Universitas Katolik Widya Karya Malang yang benar-benar telah melakukan penelitian di *Panda Lovely* Cabang Kota Malang yang beralamat di Jalan Soekarno Hatta No.502, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur dalam rangka menyusun skripsi dengan judul "Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Decision* Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus di *Panda Lovely* Cabang Malang)".

Dengan demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar, untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Malang, 30 Mei 2023



Denia Putri S

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul : "Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Decision* Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus di *Panda Lovely* Cabang Malang)" merupakan karya asli dari :

Nama : Maria Ludovica Aurelia Krista Dinandri
NIM : 201911021
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Telah dideteksi tingkat plagiasinya secara online oleh Prodi Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang, menggunakan *Turnitin Plagiarism Checker* dan telah memenuhi kriteria toleransi yaitu sebesar $\leq 30\%$

Demikian pernyataan ini saya buat sebagaimana adanya dan apabila terdapat kesalahan saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 11 Mei 2023

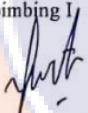


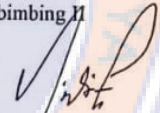

METERA
TEMPERAN
D4DFCAJX004219532
(Maria Ludovica Aurelia Krista Dinandri)

DITERIMA DAN DISETUJUI:

Pembimbing I

Pembimbing II


J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN: 0724018601


Cornelius Niwadolo, M.M.
NIDN. 8887223419

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Koordinator Prodi Studi Manajemen



Galuh Budi Astuti, S.E., M.M.
NIDN: 0726018502



J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN: 0724018601

MOTTO

**MASING-MASING ORANG AKAN MEMILIKI BEBAN MASALAH
YANG BERBEDA-BEDA, JANGAN BERKECIL HATI TUHAN
BERJANJI AKAN BERIKAN YANG TERBAIK DISAAT YANG PALING
TEPAT.**



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Maria Ludovica Aurelia Krista Dinandri

NIM : 201911021

Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 7 Agustus 2001

Alamat : Jl. Dr. Setyobudi No. 10 Gang Alamo, Bojonegoro

Nama Orang Tua : Andri Bagio Suwasono
Meyrna Dina Damayanti

Riwayat Pendidikan :

1. 2012 SDK Santo Paulus, Bojonegoro
2. 2016 SMPK Santo Tarsisius, Bojonegoro
3. 2019 SMAK Stella Maris, Surabaya
4. 2019 Terdaftar sebagai Mahasiswa Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Katolik Widya Karya
Malang

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, anugerah, kasih dan karunia-Nya yang amat sangat berlimpah, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Decision* Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus di *Panda Lovely* Cabang Malang)” dengan tepat waktu dan lancar sampai akhir. Adanya penulisan skripsi ini memiliki tujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu dalam Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Selama penyusunan skripsi yang ada ini, Penulis tentu mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak-pihak dalam mendukung, membantu, dan membimbing dengan rasa yang tulus. Pada kesempatan ini, Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang tentu terlibat dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Dr. Klemens Mere, S.E., M.Pd., M.M., M.H., M.A.P., M.Ak. selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang
2. Galuh Budi Astuti, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. J.Vicka Bayu Wardhani., S.Pd., M.SM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan Penulis dalam proses penyusunan skripsi ini
4. (Almh.) Dra. Anni Yudiasuti, M.P dan Cornelius Niwadolo, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan Penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga besar di Bojonegoro yang sudah mendukung dan mendoakan
6. *Panda Lovely* yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian
7. Teman- teman seperjuangan angkatan 2019 yang selalu mendukung dan membantu selama proses pengerjaan skripsi
8. Doo, Ndroo, Cinn, Sell, Patt yang selalu menemani, membantu dan memberi semangat
9. *Circle* dan Pemuda Jompo yang menemani dari Sapamaba hingga sekarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tentu jauh dari kata sempurna dan tentu juga masih memiliki banyak kekurangan, maka dari itu Penulis sangat mengharapkan adanya sebuah saran ataupun kritik yang bersifat mendukung dan membangun dari para pembaca

Penulis juga berharap bahwa nantinya skripsi ini dapat memiliki manfaat bagi pihak-pihak yang ada dan terkait dalam membutuhkan untuk dikaji dan dikembangkan.

Malang, 11 Mei 2023

Maria Ludovica Aurelia Krista Dinandri

DAFTAR ISI

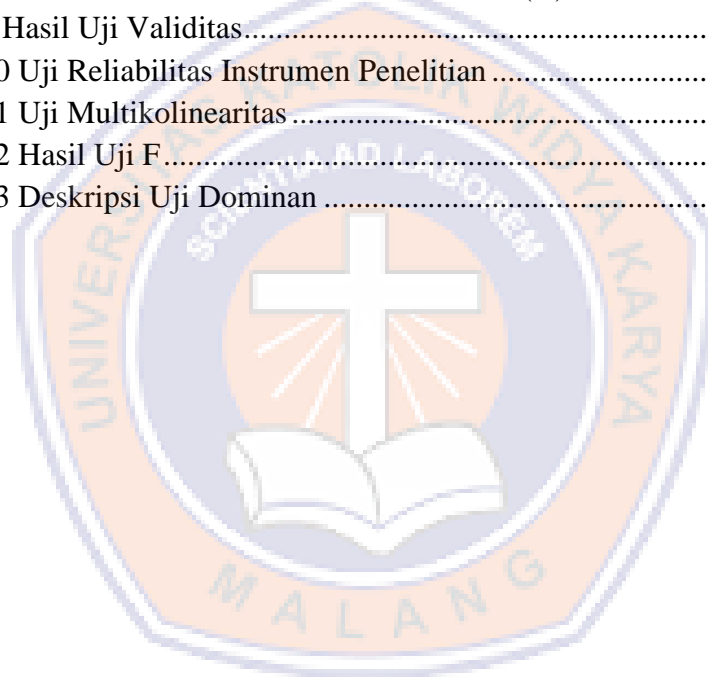
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR SURAT KETERANGAN PENELITIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
MOTTO	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Landasan Teori.....	18
C. Kerangka Pikir	27
D. Hipotesis.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	29
C. Lokasi Penelitian.....	29
D. Populasi dan Sampel	30
E. Jenis dan Sumber Data	31
F. Definisi Operasional.....	33
G. Metode Pengumpulan Data	34
H. Teknis Analisis Data	35
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	39
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	39
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	45
C. Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian.....	48

D. Analisis Data dan Interpretasi Data.....	58
E. Pembahasan.....	69
F. Implikasi Hasil Penelitian.....	70
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Definisi Operasional	33
Tabel 4.1 Jam Operasional Toko	44
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Menurut Umur	45
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian Kosmetik Emina.....	47
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengetahuan akan <i>Celebrity Endorser</i>	47
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi <i>Celebrity Endorser</i> (X1).....	48
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi <i>Brand Image</i> (X2).....	53
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi <i>Purchase Decision</i> (Y)	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	60
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.13 Deskripsi Uji Dominan	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir 27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi..... 44
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas..... 61
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas 63
Gambar 4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 64
Gambar 4.5 Hasil Uji Regresi Uji T..... 66
Gambar 4.6 Deskripsi Uji Koefisien Determinasi 68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Bebas Plagiasi. 79
Lampiran 2 Kuesioner..... 80
Lampiran 3 Tabulasi Data..... 86
Lampiran 4 Hasil Uji dan Analisis Data. 91
Lampiran 5 Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah 94



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
PURCHASE DECISION PRODUK KOSMETIK EMINA
(STUDI KASUS DI *PANDA LOVELY CABANG MALANG*)
ABSTRAK**

Seiring berjalannya waktu, kosmetik wanita di Indonesia semakin berkembang, menawarkan kosmetik wanita yang beragam. Namun, industri kosmetik Indonesia kini telah berkembang dan menjadi persaingan bagi industri kosmetik. Salah satu strategi yang tepat adalah dengan menggunakan jasa *celebrity endorser* sebagai sarana promosi. Merek juga dapat menentukan kekuatan nilai dari suatu produk dan dapat membedakan dari produk pesaingnya. Pemilihan *Celebrity* yang tepat dapat membuat *image* yang positif, serta kesesuaian dengan *Brand* Emina akan memikat para wanita muda sehingga mereka tertarik dan berujung melakukan keputusan pembelian terhadap produk-produk Emina.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel *Celebrity Endorser* (X1) dan *Brand Image* (X2) secara simultan dan parsial terhadap *Purchase Decision* (Y) serta untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap *Purchase Decision* konsumen Emina. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini *explanatory research*, jenis data yang digunakan data kualitatif dan kuantitatif, sumber data primer dan sekunder untuk metode pengumpulan data berupa kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Emina selama periode penelitian berlangsung dan sampel yang diperoleh sebanyak 60 responden.

Hasil penelitian uji hipotesis (uji F) menunjukkan *Celebrity Endorser* (X1) dan *Brand Image* (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *Purchase Decision* (Y). Hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan *Celebrity Endorser* (X1) dan *Brand Image* (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Purchase Decision* (Y) Konsumen Emina. Dalam penelitian ini diketahui *Celebrity Endorser* (X1) berpengaruh dominan terhadap *Purchase Decision* (Y), karena memiliki nilai beta terbesar yaitu (0,466). Besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 0,557 atau yang artinya 55% *Purchase Decision* (Y) dipengaruhi oleh *Celebrity Endorser* (X1) dan *Brand Image* (X2) sementara sisanya sebesar 45% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser, Brand Image, Purchase Decision*