

## **HALAMAN MOTTO**

“Kalo bisa sekarang kenapa harus besok”

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda terimakasih yang mendalam kepada:

1. Diri sendiri yang selalu bertengkar dengan pikiran negatif khususnya dalam berjuang hidup.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Marbani dan Ibu Eti Murtiyati serta adik penulis Reza Ayu Maharani dan Nafisha Khalidya Aulia Bilhaq yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Untuk kakak tercinta Mellin Noviyanti yang selalu memberi support dan dukungannya tiada henti.
4. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, M.Si selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas ilmu, arahan, perhatian dan kesabaran yang selama ini diberikan dengan tulus dan ikhlas kepada penulis.
5. Teman-teman Universitas Putra Bangsa kelas Manajemen yang selama ini memberikan kenangan indah dikampus.
6. Tidak lupa terimakasih kepada sahabat-sahabatku semua yang selalu mensupport terimakasih atas kesetiaan kalian baik suka maupun duka.
7. Semua responden yang telah memberikan waktunya dalam mengisi data kuesioner pendukung skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

## ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser*, kualitas produk, dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian pada Masyarakat Kabupaten Kebumen. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling*. Metode yang digunakan *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji multikonineritas, uji heterokedasitas, uji normalitas, regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil hipotesis pertama diketahui bahwa *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis kedua diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis ketiga diketahui *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil hipotesis keempat membuktikan bahwa *celebrity endorser*, kualitas produk dan *brand awareness* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,547 atau 54,7%. Artinya, variabel *celebrity endorser*, kualitas produk, dan *brand awareness* 54,7%. Sedangkan sisanya yaitu 45,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, *Brand Awareness* dan Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*This research was conducted to determine the influence of celebrity endorsers, product quality, and brand awareness on purchasing decisions in the people of Kebumen Regency. This study used a non-probability sampling technique. The method used was purposive sampling with a total of 100 respondents. Data analysis techniques used are validity test, reliability test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, normality test, multiple linear regression, partial test (t test), simultaneous test (f test), and the coefficient of determination. Based on the results of the first hypothesis, it is known that celebrity endorsers have a significant effect on purchasing decisions. The results of the second hypothesis show that product quality has a significant effect on purchasing decisions. The results of the third hypothesis show that brand awareness has a significant effect on purchasing decisions. While the results of the fourth hypothesis prove that celebrity endorsers, product quality and brand awareness simultaneously or together have a significant effect on purchasing decisions. The test results for the coefficient of determination show that the Adjusted R Square value is 0.547 or 54.7%. That is, the variable celebrity endorser, product quality, and brand awareness is 54.7%. While the remaining 45.3% is influenced by variables not explained in this study.*

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

## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhamma SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, Aamiin.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi jenjang Sarsana Manajemen (S1), dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Manajemen Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur dengan segenap kemampuan yang ada oleh penulis.

Tersusunya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah ikhlas dalam memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Almamater Universitas Putra Bangsa yang menjadi tempat penulis untuk menyelesaikan studi sarjana.

2. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan Skripsi ini.
3. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan doa serta dukungannya sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini
4. Bapak/Ibu dosen beserta staf dan karyawan Universitas Putra Bangsa, khususnya Program Studi Manajemen yang telah banyak membantu penulis untuk dapat menyelesaikan studi.
5. Teman-teman kelas Manajemen yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan di dalam penulisan ini, untuk itu penulis tidak menutup diri akan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi penulis, semua pihak yang membutuhkannya dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Kebumen, 02 Januari 2023



Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN JUDUL.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERSETUJUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS DAN PERSETUJUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAKSI .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2. Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3. Batasan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4. Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5. Manfaat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1. Tinjauan Teori .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.1.1.	Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.	<i>Celebrity Endorser</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.	Kualitas Produk.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.	<i>Brand Awareness</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.	Model Empiris .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.	Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III METODE PENELITIAN.....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.1.	Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.	Variabel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1.	Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.	Populasi dan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1.	Populasi Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2.	Sampel Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.	Teknik Analisis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.1.	Analisis Statistik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2.	Analisis Deskriptif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8	Alat Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



3.8.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.3.	Analisis Regresi Linier Berganda ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.4.	Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.	Sejarah Dan Perkembangan PT Eka Jaya Internasional .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.	Analisis Deskriptif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.	Analisis Statistik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.3.	Analisis Regresi Linier Berganda ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.4.	Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.	Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V SIMPULAN .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.	Simpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.	Keterbatasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3.	Implikasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3.1.	Implikasi Praktis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

5.3.2. Implikasi Teoritis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LAMPIRAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Hasil Observasi Konsumen Pembelian Lip Cream Hanasui .....	4
Tabel I-2 Varian Shade Lip Cream Hanasui .....	6
Tabel II-1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Variabel Celebrity Endorser .....	52
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Variabel Kualitas Produk .....	53
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Variabel Brand Awareness .....	53
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian .....	54
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	71
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku .....	73
Tabel IV-4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	74
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Celebrity Endorser.....	75
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk .....	75
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Brand Awareness.....	76
Tabel IV-8 Hasil Uji Reliabilitas .....	77
Tabel IV-9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	78
Tabel IV-10 Hasil Uji Kolmogorov .....	81
Tabel IV-11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	83
Tabel IV-12 Hasil Uji Parsial (uji t).....	85

Tabel IV-13 Hasil Uji Simultan (uji F) .....	87
Tabel IV-14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris .....	48
Gambar IV-1 Hasil Uji Heterokedasitas .....	79
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas .....	82

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tautan Link Google Form

Lampiran 3 Rekapitulasi Data Responden

Lampiran 4 Tabulasi

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 10 Tabel T

Lampiran 11 Tabel F

Lampiran 12 Tabel R

Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 14 Kartu Seminar Proposal