

## HALAMAN MOTO

“Skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai,” kataku pada jiwa yang tengah berjuang. Tidak ada jalur yang instan untuk mencapai sebuah kesuksesan, melainkan harus melewati banyaknya rintangan terlebih dahulu. Semakin besar rintangan yang dihadapi, semakin besar pula kesuksesan yang akan dicapai.

*Keep trying until success, never give up and spirit, Guy's!*

*You can do it be the best!*

~Ikka T Setyawaty~

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan melewati berbagai hambatan dan rintangan akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan kemampuan peneliti. Untuk itu, skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang tercinta dan seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Sahabat dan teman yang telah membantu dan memberikan semangat untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini.
3. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

## **ABSTRACT**

*The effect of brand awareness, celebrity endorser and product quality on purchase decisions of Wardah Colorfit Lipstick Last All Day Lip Paint Around the World with Studies on Wardah Lipstick Users in Banyumas Regency is important to study. This is related to the rise and development of the skin care and make-up beauty industry, such as the Wardah product being researched. By knowing the effect of these variables, it will be easier for sellers or marketers to predict how consumers will respond to the products being sold or marketed. The sampling technique in this research is a non-probability sampling technique with a purposive sampling technique. The sample taken is a woman who uses Wardah lipstick in Banyumas Regency. Data analysis that has been used is by observation, interviews, distribution of questionnaires, literature and literature. The results of the analysis performed show that brand awareness, celebrity endorser and product quality partially or simultaneously have a significant effect on purchase decisions.*

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

## ABSTRAK

Pengaruh *brand awareness*, *celebrity endorser* dan *product quality* terhadap *purchase decision* Lipstik Wardah Colorfit Last All Day Lip Paint Around the World dengan Studi pada Pengguna Lipstik Wardah di Kabupaten Banyumas penting untuk dikaji. Hal ini berkaitan dengan naik dan berkembangnya industri kecantikan *skin care* dan *make up* seperti produk Wardah yang sedang diteliti. Dengan mengetahui pengaruh dari variabel-variabel tersebut penjual atau pemasar akan lebih mudah memperkirakan bagaimana respon dari konsumen terhadap produk yang sedang dijual maupun dipasarkan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian adalah teknik *non-probability Sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang diambil merupakan wanita pengguna lipstik Wardah di Kabupaten Banyumas. Data analisis yang telah digunakan adalah dengan observasi, wawancara, persebaran kuisisioner, studi pustaka dan literature. Hasil dari analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa *brand awareness*, *celebrity endorser* dan *product quality* secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*.

Kata kunci: *Brand Awarness*, *Celebrity Endorser*, *Product Quality*, *Purchase Decision*.

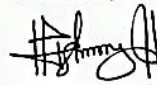
## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta anugerah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi saya yang berjudul “PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *CELEBRITY ENDORSER* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISION* LIPSTIK WARDAH (Studi Pada Pengguna Lipstik Wardah *Colorfit Last All Day Lip Paint Around the World* di Kabupaten Banyumas)”. Dalam proses penulisan skripsi ini bisa terwujud dengan adanya bimbingan, bantuan, dan kerja sama dengan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan hormat peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Gunarso Wiwoho S.E., M.M. selaku rektor sekaligus dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dengan sabar, memberikan arahan, masukan, dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua yang tercinta dan seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Segenap dosen, karyawan dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Sahabat dan teman yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat serta memberikan solusi.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.  
peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna khususnya bagi  
peneliti dan kepada para pembaca pada umumnya.

Kebumen, 28 Januari 2023



Ika Titik Setyawati  
NIM:195503877

## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER DEPAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
ABSTRAK .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.2 Batasan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	19
1.4.2 Manfaat Praktis .....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	20
2.1 Tinjauan Teori.....	20
2.1.1 <i>Purchase Decision</i> .....	20
1. Definisi <i>Purchase Decision</i> .....	20
2. Tahap-Tahap Keputusan Pembelian .....	21
3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	22

4. Indikator Keputusan Pembelian.....	24
2.1.2 <i>Brand Awareness</i> .....	25
1. Definisi <i>Brand Awareness</i> .....	25
2. Peran <i>Brand Awareness</i> .....	26
3. Nilai-Nilai <i>Brand Awareness</i> .....	27
4. Indikator <i>Brand Awareness</i> .....	28
2.1.3 <i>Celebrity Endorser</i> .....	29
1. Definisi <i>Celebrity Endorser</i> .....	29
2. Peran <i>Celebrity Endorser</i> .....	30
3. Keuntungan Menggunakan <i>Celebrity Endorser</i> .....	31
4. Indikator <i>Celebrity Endorser</i> .....	32
2.1.4 <i>Product Quality</i> .....	34
1. Definisi <i>Product Quality</i> .....	34
2. Faktor yang Mempengaruhi <i>Product Quality</i> .....	35
3. Indikator <i>Product Quality</i> .....	37
2.2 Penelitian Terdahulu .....	38
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	45
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	45
2.3.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	46
2.3.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	47
2.4 Model Empiris.....	48
2.5 Hipotesis .....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>50</b>
3.1 Objek dan Subjek Penelitian .....	50
3.1.1 Objek Penelitian.....	50
3.1.2 Subjek Penelitian .....	50
3.2 Variabel Penelitian .....	50
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	51
3.4 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data .....	55



3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.5.1 Data .....	57
3.5.2 Subjek Penelitian .....	58
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian .....	60
3.6.1 Populasi Penelitian .....	60
3.6.2 Sampel Penelitian.....	60
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	60
3.7 Teknik Analisis Data .....	62
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	63
3.7.2 Analisis Statistika.....	63
3.8 Alat Analisis Data.....	64
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
1. Uji Validitas.....	64
2. Uji Reliabilitas .....	65
3.8.2 Uji Asumsi Klasik .....	66
1. Uji Multikolinieritas.....	66
2. Uji Heteroskedastisitas .....	67
3. Uji Normalitas .....	68
3.8.2 Analisis Regresi Berganda .....	68
3.8.2 Uji Hipotesis .....	69
1. Uji Hipotesisi Parsial (Uji t) .....	69
2. Uji Hipotesisi Simultan (Uji R) .....	71
3. Koefisien Determinasi ( <i>Ajusted R Square</i> ).....	72
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>74</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan PT Paragon Technology .....	74
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	74
4.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	76

4.2 Analisis Deskriptif.....	77
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	77
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	78
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	79
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	80
4.3 Analisis Statistik.....	80
4.3.1 Uji Validitas.....	81
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	84
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	85
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	89
4.3.5 Uji Hipotesis .....	91
4.4 Pembahasan.....	95
BAB V SIMPULAN.....	99
5.1 Simpulan .....	99
5.2 Keterbatasan.....	99
5.3 Implikasi .....	100
5.3.1 Implikasi Praktis .....	100
5.3.2 Implikasi Teoritis .....	102
DAFTAR PUSTAKA .....	105
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
I-1. Data Statistik 7 Merek Kosmetik Lokal yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia.....	3
I-2. <i>Top Brand Award</i> 2020-2022 Kategori Lipstik.....	5
I-3 <i>Series</i> Lipstik Wardah <i>Colofit</i> .....	7
1-4 Merek Lipstik yang Banyak dibeli di Kabupaten Banyumas.....	8
1-5 Faktor yang Mempengaruhi <i>Purchase Decision</i> Lipstik Wardah <i>Colorfit Last All Day Lip Paint Around the World</i> .....	9
II-1. Penelitian Terdahulu .....	45
III-1 Indikator Dan Distribusi Variabel <i>Purchase Decision</i> Pada Kuesioner.....	53
III-2 Indikator Dan Distribusi Variabel <i>Brand Awareness</i> Pada Kuesioner.....	54
III-3 Indikator Dan Distribusi Variabel <i>Celebrity Endorser</i> Pada Kuesioner.....	55
III-4 Indikator Dan Distribusi Variabel <i>Product Quality</i> Pada Kuesioner .....	56
IV-1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
IV-2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
IV-3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	80
IV-4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	81
IV-5. Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	83
IV-6. Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	83
IV-7. Uji Validitas Variabel <i>Product Quality</i> .....	84
IV-8. Uji Validitas Variabel <i>Purchase Decision</i> .....	85
IV-9. Uji Reabilitas.....	85
IV-10. Uji Multikolinieritas .....	86
IV-11. Regresi Linier Berganda .....	90
IV-12. Uji t .....	92
IV-13. Uji F .....	94
IV-14. <i>Adjusted R Square</i> .....	95

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>		<b>Halaman</b>
11-1.	Model Empiris.....	
IV-1.	Uji Heterokedastisitas .....	87
IV-2.	Uji Normalitas .....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Pengantar Kuesioner
2. Kuesioner Penelitian
3. Tabulasi Data
4. Uji Validitas
5. Uji Reabilitas
6. Uji Multikolinearitas
7. Uji Heteroskedastisitas
8. Uji Normalitas
9. Uji Analisis Regresi Linier Berganda
10. Uji t
11. Uji F
12. Uji Koefisien Determinasi
13. r Tabel
14. t Tabel
15. F Tabel
17. Kartu Konsultasi Skripsi
18. Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi