

HALAMAN MOTTO

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Slamet Mukhamil dan Ibu Soimah yang selalu menyayangi dan mendoakan yang terbaik untuk saya.
2. Dosen pembimbing, Ibu Dwi Artati, S.E., Ak., CA., M.Si yang telah membimbing saya dengan sangat baik sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Orang-orang terdekat saya antara lain Miftahul Najib, Kuni Hidayati, Aldila Priharto Ramadhan dan Afif Zaondani yang selalu memberikan motivasi dan dukungan dalam menjalani masa-masa sulit selama pengerjaan skripsi.
4. Teman-teman seperjuangan kelas karyawan A angkatan 2020 yang selalu kompak dan memiliki rasa kekeluargaan yang sangat tinggi.
5. Semua pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi saya.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser*, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *conditioner* Pantene di Kabupaten Kebumen. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan antara lain uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis terdiri dari uji t, uji F, dan koefisien determinasi serta analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian diketahui bahwa *celebrity endorser*, citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

*This research was conducted to determine the influence of celebrity endorsers, brand image and product quality on purchasing decisions for Pantene conditioners in Kebumen Regency. The sample selection method used in this research was purposive sampling with a total of 100 respondents. Data collection was carried out by distributing questionnaires. Data analysis techniques used include validity and reliability tests, classic assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests and heteroscedasticity tests, hypothesis tests consisting of *t* tests, *F* tests, and coefficient of determination as well as multiple linear regression analysis. The results of the research show that celebrity endorsers, brand image and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

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



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kelimpahannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CONDITIONER PANTENE (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Kebumen)”**.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Universitas Putra Bangsa Kebumen. Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik atas bantuan, bimbingan serta kerjasama dari berbagai pihak yang terkait baik secara langsung maupun tidak langsung oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dwi Artati, S.E., Ak., CA., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
3. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya kepada penulis untuk mengisi data yang sangat dibutuhkan demi keberlangsungan skripsi ini.
4. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dari awal sampai akhir.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan mereka serta ilmu yang dimiliki berguna untuk kebaikan kita semua. Penulis memohon maaf

apabila dalam penyusunan maupun pembahasan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Kebumen, 19 Juni 2024

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1. Tinjauan Teori.....	15
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3 <i>Celebrity Endorser</i>	24

2.1.4	Citra Merek	27
2.1.5	Kualitas Produk.....	31
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	34
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	45
2.4.	Model Empiris	48
2.5.	Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN.....		50
3.1	Objek dan 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
3.6	Populasi dan Sampel.....	59
3.7	Teknik Analisis.....	61
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		72
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	72
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	72
4.1.2	Visi Dan Misi Perusahaan.....	73
4.2.	Analisis Deskriptif.....	73
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
4.2.2	Karakteristik Responden Jenis Kelamin	74
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	75
4.2.4	Berdasarkan Pekerjaan	76
4.3.	Analisis Statistik.....	77
4.3.1	Uji Instrumen Validitas Dan Reliabilitas	77

4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	81
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
4.3.4	Uji Hipotesis.....	86
4.4	Pembahasan.....	90
4.4.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
4.4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	92
4.4.4	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> , Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	93
BAB V SIMPULAN.....		94
5.1	Simpulan.....	94
5.2	Keterbatasan.....	96
5.3.1	Implikasi Praktis.....	97
5.3.2	Implikasi Teoritis.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....		100
LAMPIRAN.....		104

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 TOP Brand Index Fase II Kategori Conditioner Rambut.....	3
Tabel I- 2 Hasil Observasi Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Terhadap Conditioner Pantene.....	4
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	43
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Celebrity Endorser pada Kuesioner.....	52
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Citra Merek pada Kuesioner.....	53
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kualitas Produk pada Kuesioner	54
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Keputusan Pembelian pada Kuesioner	55
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	75
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	76
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser (X1)	78
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)	79
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3)	79
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	80
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel IV- 11 Hasil Uji Analisis Libear Berganda.....	85
Tabel IV- 12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	87
Tabel IV- 13 Hasil Uji Simultan (Uji F)	89
Tabel IV- 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Responden
Lampiran 3	Tabulasi Data Kuesioner
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran 7	Hasil Uji Analisis Regresi
Lampiran 8	Tabel r
Lampiran 9	Tabel t
Lampiran 10	Kartu Konsultasi Skripsi
Lampiran 11	Kartu Seminar

