

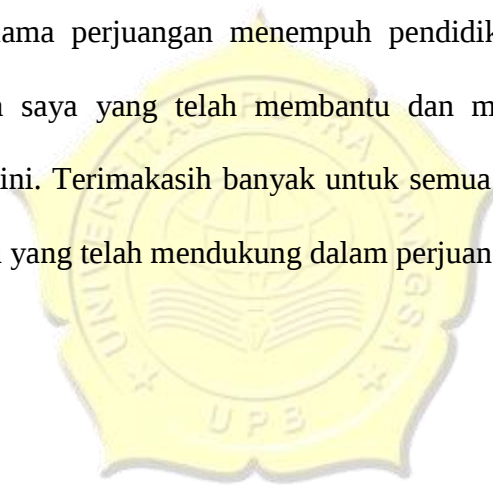
HALAMAN MOTTO

Jangan Pernah Menyerah Pada Impianmu, Meskipun dunia sepertinya
tidak berpihak ,padamu karena seglaa sesuatu yang berharga
membutuhkan waktu dan usaha



HALAMAN PERSEMBAHAN

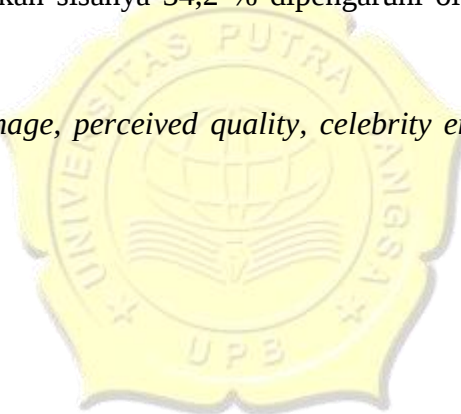
Alhamdulillah Rabbil Aalamin, sujud serta syukur kepada Allah SWT. Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan berusaha selama ini. Terimakasih atas kerja kerasnya. Mari tetap berdoa dan berusaha serta jangan menyerah untuk kedepannya. Halaman persembahan ini juga ditujukan sebagai ungkapan terimakasih kepada keluarga saya yang telah mendoakan dan memberikan dukungan penuh selama perjuangan menempuh pendidikan. Terimakasih juga kepada teman-teman saya yang telah membantu dan memotivati saya dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih banyak untuk semua pihak yang tidak saya sebutkan satu persatu yang telah mendukung dalam perjuangan ini.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *brand image*, *perceived quality*, *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian pada moisturizer the originate di aplikasi tiktok. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Jenis *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah 100 orang yaitu masyarakat Kabupaten Kebumen yang membeli moisturizer The Originote. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis (uji t, uji F, dan koefisien determinasi) dengan program *SPSS 24 for windows*. Hasil uji t dapat menjelaskan bahwa *brand image*, *perceived quality*, dan *celebrity endorser* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F dapat menjelaskan bahwa *brand image*, *perceived quality*, dan *celebrity endorser* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil koefisien determinan dapat menjelaskan bahwa *brand image*, *perceived quality*, dan *celebrity endorser* mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 65,8% sedangkan sisanya 34,2 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

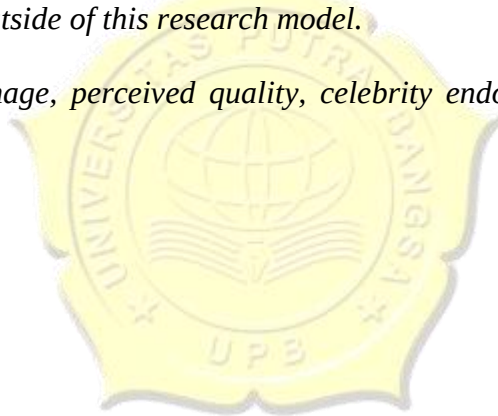
Kata kunci: *brand image*, *perceived quality*, *celebrity endorser*, dan keputusan pembelian



ABSTRACT

This research aims to determine the relationship between brand image, perceived quality, and celebrity endorsers on purchasing decisions for The Origin moisturizer on the TikTok application. The sampling technique used in this study is non-probability sampling, specifically purposive sampling. The respondents for this study are 100 individuals from Kebumen District who have purchased The Origin moisturizer. The data analysis used in this research includes validity testing, reliability testing, classical assumption testing (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (t-test, F-test, and coefficient of determination) using SPSS 24 for Windows. The results of the t-test indicate that brand image, perceived quality, and celebrity endorsers have a significant partial effect on purchasing decisions. The results of the F test indicate that brand image, perceived quality, and celebrity endorsers simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. The coefficient of determination shows that brand image, perceived quality, and celebrity endorsers influence purchasing decisions by 65.8%, while the remaining 34.2% is influenced by other variables outside of this research model.

Keywords: brand image, perceived quality, celebrity endorser, and purchasing decision



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadiran Allah SWT, atas berkat dan Rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Beauty Vlogger Review*, Kualitas Produk, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Maybelline di Kabupaten Kebumen“ . Pembuatan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen di Universitas Putra Bangsa Jurusan Manajemen.

Dalam penulisan skripsi ini, saya menyadari bahwa masih terdapat kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan guna memperbaiki lebih lanjut dan dapat bermanfaat oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Sebagai ucapan rasa syukur, perkenankan saya menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas karunia yang telah memberikan segala yang dibutuhkan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Selaku dosen pembimbing penulis yang telah banyak membantu penulis dalam hal mengarahkan dan memberi petunjuk. Serta kesabarannya dalam membimbing, memberikan masukan, dan dukungan demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak dan ibu dosen atas ilmu yang diberikan selama perkuliahan berlangsung di Universitas Putra Bangsa serta seluruh staf karyawan Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan pelayanan yang baik.

4. Kedua orang tua dan keluarga terimakasih atas doa, dukungan dan bimbingan secara moral maupun materil kepada penulis dalam proses perkuliahan di Universitas Putra Bangsa.
5. Semua teman-teman saya dan semua pihak yang telah membantu saya dan selalu memberi semangat selama mengerjakan skripsi ini yang tidak saya sebutkan satu per satu, terimakasih atas doa, semangat dan bantuannya.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua kalangan,



Kebumen, 23 Januari 2024

Penulis,

Difa Anjani Nilam Chahyani
205504241

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	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	10
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1. Tinjauan Teori.....	16
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	16
2.1.2. <i>Brand Image</i>	20
2.1.3. <i>Perceived Quality</i>	23
2.1.4. <i>Celebrity Endorser</i>	26
2.2. Penelitian Terdahulu	28
2.3. Hubungan Antar Variabel	30

2.4. Model Empiris.....	33
2.5. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	35
3.2. Variabel Penelitian	35
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	36
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	41
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6. Populasi dan Sampel	43
3.7. Teknik Analisis	45
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2. Analisis Deskriptif	56
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	56
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.2.5. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	59
4.3. Analisis Statistik	60
4.3.1. Uji Validitas	60
4.3.2. Uji Reliabilitas	63
4.3.3. Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
4.3.5. Uji Hipotesis	69
4.4. Pembahasan.....	72
BAB V SIMPULAN	78
5.1. Simpulan	78
5.2. Keterbatasan.....	79
5.3. Implikasi.....	80
5.3.1. Implikasi Praktis	80
5.3.2. Implikasi Teoritis	81

DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	89



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1	Daftar Data Penjualan Mouistirizer di Marketplace Tiktok Shop Januari-April 2022	5
Tabel I- 2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Moistirizer The Originote di Aplikasi TikTok.....	9
Tabel III- 1	Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	37
Tabel III- 2	Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Brand Image.....	38
Tabel III- 3	Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Perceived Quality...	39
Tabel III- 4	Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Celebrity Endorser .	40
Tabel IV- 1	Responden Berdasarkan Alamat	56
Tabel IV- 2	Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel IV- 3	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel IV- 4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel IV- 5	Responden Berdasarkan Pendapatan.....	59
Tabel IV- 6	Hasil Uji Validitas variabel Brand Image	61
Tabel IV- 7	Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Quality.....	62
Tabel IV- 8	Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser	62
Tabel IV- 9	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel IV- 10	Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel IV- 11	Hasil Uji Normalitas	65
Tabel IV- 12	Hasil Uji Multiolineritas.....	67
Tabel IV- 13	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	68
Tabel IV- 14	Hasil Uji Parsial (Uji t)	70
Tabel IV- 15	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	71
Tabel IV- 16	Hasil Output Koefisien Determinasi (R^2)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Responden.....	89
Lampiran 2 Hasil Uji Analisis Data.....	93
Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian.....	99

