

HALAMAN MOTTO

"Sukses itu bukan rebahan, kejarlah dan usahakan yang terbaik."

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT semesta alam yang telah memberikan rahmat, kesehatan, hidayat, rezeki, dan segala karunia yang telah terlimpah kepada penulis sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan dengan baik. Karya tulis ini, penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, terimakasih atas semua kasih sayang, dukungan, motivasi serta do'a-doanya yang senantiasa selalu dipanjatkan demi keberhasilan dan kesuksesanku.
2. Saudara-saudara saya dengan penuh kesabaran dan kesetiaan selalu mendampingi dan memotivasi untuk semangat dan tersenyum dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. 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.
4. Semua responden yang telah memberikan waktunya dalam mengisi data kuesioner pendukung skripsi ini.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu
6. Terima kasih kepada Universitas Putra Bangsa.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *brand image*, kepercayaan merek, dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian Air Minum Le Minerale pada Masyarakat di 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 asumsi klasik (uji multikolinieritas, uji heterokedasitas, dan uji normalitas), uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji parsial, uji simultan, dan koefisien determinasi). Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua diketahui bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga diketahui bahwa kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hipotesis ke empat diketahui bahwa *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hipotesis kelima diketahui bahwa kualitas produk, *brand image*, kepercayaan merek, dan *celebrity endorser* memiliki pengaruh bersaa-saa secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,528, sehingga variabel keputusan pembelian yang dapat dijelaskan kualitas produk, *brand image*, kepercayaan merek, dan *celebrity endorser* dalam penelitian ini sebesar 52,8% sedangkan sebesar 47,2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Brand Image*, Kepercayaan Merek, *Celebrity Endorser*, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of product quality, brand image, brand trust, and celebrity endorsers on purchasing decisions of Le Minerale drinking water among people in Kebumen. 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, classical assumption test (multicollinearity test, heteroscedasticity test, and normality test), multiple linear regression analysis test, hypothesis test (partial test, simultaneous test, and coefficient of determination). Based on the results of the first hypothesis test, it is known that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Based on the results of the second hypothesis test, it is known that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. Based on the results of the third hypothesis test, it is known that brand trust has a positive and significant effect on purchasing decisions. Based on the fourth hypothesis, it is known that celebrity endorsers have a positive and significant effect on purchasing decisions. While the fifth hypothesis is known that product quality, brand image, brand trust, and celebrity endorsers have a positive and significant joint effect on purchasing decisions. The test results for the coefficient of determination show that the Adjusted R Square value is 0.528, so that the purchasing decision variable that can be explained by product quality, brand image, brand trust, and celebrity endorser in this study is 52.8% while 47.2% is influenced by variables that not described in this study.

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan Anugrah-Nya sehingga skripsi dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, KEPERCAYAAN MEREK DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM LE MINERALE** (Studi pada Masyarakat di Kebumen) dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar S1 Jurusan Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

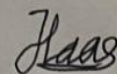
Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Namun penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini tentulah masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang selalu memberikan bantuan fisik, maupun motivasi, dan bantuan dari pengajar, rekan-rekan serta keramahan dari banyak pihak yang sangat membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, M.Si selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas ilmu, arahan, perhatian dan kesabaran
2. Keluarga tercinta terutama kedua orang tua yang tiada hentinya memanjatkan do,a dan memberi semnagat dan dukungan kepada penulis.
3. Seluruh responden yang telah banyak membantu terutama dalam pengumpulan data.
4. Teman-temanku di kelas Manajemen Pemasaran Universitas Putra Bangsa yang selalu memberikan semangat.
5. Pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis berharap mudah mudahan laporan ini dapat bermanfaat dan berguna kususny bagi penulis dan kepada para pembaca pada umumnya.

Kebuen, 27 Mei 2023



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	2
ABSTRAKSI	3
ABSTRACT	4
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI	7
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR LAMPIRAN	14
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3. Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

2.1.	Tinjauan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.	Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.	Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.	Brand Image	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.	Kepercayaan Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.	Celebrity Endorser	Error! Bookmark not defined.
2.2.	Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3	Hubungan Antar Variabel	Error! Bookmark not defined.
2.4	Model Empiris	Error! Bookmark not defined.
2.5.	Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.1.	Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.2.	Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.	Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.	Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1.	Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.6.1.	Populasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.6.2.	Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.7.	Teknik Analisis	Error! Bookmark not defined.
3.7.1.	Analisis Statistik	Error! Bookmark not defined.

3.7.2.	Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.8.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3.8.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.8.4.	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.	Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.2.	Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	...	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	.	Error! Bookmark not defined.
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	Error! Bookmark not defined.
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	Error! Bookmark not defined.
4.3.	Analisis Statistik	Error! Bookmark not defined.
4.3.1.	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.2.	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.3.	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.3.4.	Analisis Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.3.5.	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

4.4. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN	Error! Bookmark not defined.
5.1. Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2. Keterbatasan	Error! Bookmark not defined.
5.3. Implikasi	Error! Bookmark not defined.
5.3.1 Implikasi Praktis	Error! Bookmark not defined.
5.3.2 Implikasi Teoritis	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Tabel Top Brand AMDK 2021	2
Tabel I-2 Tabel Top Brand AMDK 2022	3
Tabel II-1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	37
Tabel III-1 Distribusi Indikator Kualitas Produk (X1) pada Kuesioner	50
Tabel III-2 Distribusi Indikator Brand Image (X2) pada Kuesioner	51
Tabel III-3 Distribusi Indikator Kepercayaan Merek (X3) pada Kuesioner	51
Tabel III-4 Distribusi Indikator Celebrity Endorser (X4) pada Kuesioner	52
Tabel III-5 Distribusi Indikator Keputusan Pembelian (Y) pada Kuesioner	53
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	72
Tabel IV-5 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	74
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	76
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	76
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image.....	77
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek	77
Tabel IV-10 Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser	78
Tabel IV-11 Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel IV-12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	81
Tabel IV-13 Hasil Uji Kolmogorov	83
Tabel IV-14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	85
Tabel IV-15 Hasil Uji Parsial (uji t).....	88

Tabel IV-16 Hasil Uji Simultan (uji F)	90
Tabel IV-17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris.....	46
Gambar IV-1 Hasil Uji Heterokedasitas	82
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas	84

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 R

Lampiran 12 Tabel F

Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 14 Kartu Seminar Proposal