

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of Brand Image, Celebrity Endorsement, Product Knowledge, and Lifestyle on Interest to buy in Something Skincare products in Kebumen Regency. The population in this study is the people of Kebumen Regency, especially women who are interested in buying Something skincare. This study took 100 respondents using Purposive Sampling Technique with questionnaire as a data collection tool. The variables used in this study are Brand Image (X1), Celebrity Endorsement (X2), Product Knowledge (X3), Lifestyle (X4), and Purchase Intention (Y). The analytical techniques in this study use descriptive and statistical analysis which includes validity tests, and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests and multiple linear analysis using the help of the SPSS Release 25.0 for Windows program. The results of this study show that all variables are valid and the model meets the assumption of normality. Partially, the influence of Brand Image on Interest to Buy shows a significant influence. The influence of Celebrity Endorsement shows a significant influence. The influence of Product Knowledge on Interest to Buy shows a insignificant influence and the influence of Lifestyle on Interest to Buy shows a significant influence, and the variables Brand Image, Celebrity Endorsement, Product Knowledge and Lifestyle simultaneously have a significant influence on Interest to mBuy. The Adjuster R2 equation value of 0.588 means that the Interest to Buy variable can be influenced by Brand Image, Celebrity Endorsement, Product Knowledge and Lifestyle by 58.8% while 41.2% is influenced by variables that cannot be explained in this study.*

**Keywords : Brand Image, Celebrity Endorsement, Product Knowledge and Lifestyle**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Celebrity Endorsement*, *Product Knowledge*, dan *Lifestyle* terhadap Minat Beli pada produk Skincare Something di Kabupaten Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kebumen khususnya wanita yang berminat membeli skincare Something. Penelitian ini mengambil 100 responden menggunakan teknik *purposive Sampling* dengan angket/ kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan statistik yang meliputi uji validitas, dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis linier berganda dengan menggunakan bantuan *program SPSS Release 25.0 for Windows*. Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa semua variabel valid dan model memenuhi asumsi klasik. Secara Parsial Pengaruh *Brand Image* terhadap Minat Beli menunjukkan pengaruh yang signifikan. Pengaruh *Celebrity Endorsement* menunjukkan pengaruh yang signifikan. Pengaruh *Product Knowledge* terhadap Minat Beli menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan dan pengaruh *Lifestyle* terhadap Minat Beli menunjukkan pengaruh yang signifikan, serta variabel *Brand Image*, *Celebrity Endorsement*, *Product Knowledge* dan *Lifestyle* secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli. Nilai Adjuster  $R^2$  persamaan sebesar 0,588 artinya bahwa variabel Minat Beli dapat dipengaruhi oleh *Brand Image*, *Celebrity Endorsement*, *Product Knowledge* dan *Lifestyle* ini sebesar 58,8% sedangkan 41,2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak bisa dijelaskan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Brand Image*, *Celebrity Endorsement*, *Product Knowledge* dan *Lifestyle*

## HALAMAN MOTTO

“Anggap saja skripsi sebagai cinta pertama. Susah dilupakan dan selalu  
ngangenin”

“Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka  
ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun  
ga ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga  
dengan apa yang di perjuangkan hari,tetap berjuang ya”

“Jika kamu terburu-buru untuk sampai ke depan, kamu akan kehilangan banyak  
hal-hal penting”

Doh Kyungso

“Allah SWT tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan  
kemampuannya.”

(Q.S Al-Baqarah:286)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu, lebarkan lagi  
rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang  
kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan dengan lancar, tapi gelombang-  
gelombang itu bisa kau ceritakan”.

(Boy Candra)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan nikmat, Rahmat serta Kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Alm. Bapak Hariyanto. Seseorang yang biasa saya sebut bapak. Allahamdulliah penulis sudah ditahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana ini sebagai perwujudan terakhir sebelum engkau benar-benar pergi semoga Allah SWT melapangkan kuburnya dan menempatkan bapak ditempat yang paling mulia di sisi Allah SWT.
2. Ibu tersayang, Siti Tuti Murtiningsih, S.Pd, Gr. Seseorang yang mempunyai pintu surga ditelapak kakinya yang telah melahirkan penulis karya sederhana ini, yang sudah bersabar dan selalu melangitkan doa-doa baik untuk penulis. Saya persembahkan karya tulis ini dan gelar ini untuk ibu.
3. Adik terkasih, Tegar dan Apta, yang memberikan semangat dan dukungan serta motivasi.
4. Terimakasih untuk keluarga besar yang senantiasa memberikan motivasi dan membantu dengan do'a hingga terselesaikan skripsi ini.
5. Untuk teman-teman kelas Manajemen Reguler A yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu berbaagi keluh dan canda tawa Bersama selama masa perkuliahan.
6. Untuk diri sendiri Fatwa, kamu hebat kamu luar biasa sudah berjuang sampai di titik ini dan tidak ada kata menyerah, walaupun banyak gelombang yang menghantam habis-habisan. Aku bangga pada mu Fatwa.

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat serta anugerah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi saya yang berjudul “PENGARUH *BRAND IMAGE, CELEBRITY ENDORSEMENT, PRODUCT KNOWLEDGE, DAN LIFESTYLE* TERHADAP MINAT BELI SKINCARE SOMETHINC (Studi Pada Masyarakat Kebumen)”. Dalam proses penulisan skripsi ini bisa terwujud dengan adanya bimbingan, bantuan, dan kerja sama dengan pihak. Oleh karena itu, dengan hormat peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dewi Noor Susanti S.T.,M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Segenap Dosen dan Civitas Akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu penulis mendapatkan ilmu pengetahuan dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Kedua orang tua saya dan adik-adik saya yang telah memberikan perhatian dan dukungan moral, spiritual dan moral selama ini.
4. Teman-teman kelas Manajemen Regular A yang telah membantu menyesuaikan skripsi ini.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan Kerja samanya bagi kesuksesan penelitian skripsi ini.
6. Kepada Kim Minseok , Kim Jun Myoen, Zhang Yixing, Byun Baekhyun, Kim Jongdae, Park Chanyeol, Do Kyungsoo, Kim Jongin, dan Oh Sehun, sebagai member EXO terimakasih telah memberikan dukungan dan motivasi melalui

karaya-karyanya yang luar biasa, sehingga dapat membuat penulis merasa bersemangat untuk segera menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna khususnya bagi penulis dan kepada para pembaca pada umumnya.

Semoga segala kebagian yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT. Akhirnya dengan segala keterbatasan yang ada penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.



Kebumen, Februari 2024

Penulis

Hari Fatwa Aditiya

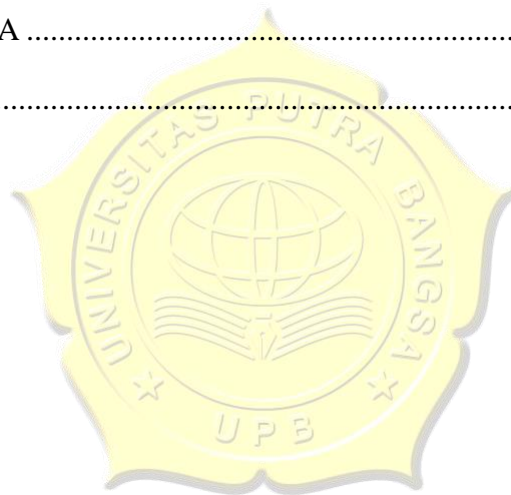
## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
ABSTRAK.....	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 .....	12
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	19
2.1. Tinjauan Teori .....	19
2.1.1. Minat Beli.....	19

2.1.2.	<i>Brand Image</i> .....	22
2.1.3.	<i>Celebrity Endorsement</i> .....	24
2.1.4.	<i>Product Knowledge</i> .....	27
2.1.5.	<i>Lifestyle</i> .....	29
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	36
2.4.	Model Empiris.....	40
2.5.	Hipotesis .....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....		42
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian .....	42
3.2.	Variabel Penelitian .....	42
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	47
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6.	Populasi dan Sampel.....	51
3.7.	Teknik Analisis.....	53
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1.	Analisis Deskriptif.....	65
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	65
4.1.2	Visi Misi Perusahaan.....	65
4.1.3	Profil Responden.....	66
4.2.	Analisis Statistik.....	70
4.2.1	Uji Instrumen .....	70
4.2.2	Uji Asumsi Klasik .....	75
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	81



4.2.4 Uji Hipotesis.....	83
4.2.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	89
4.3. Pembahasan .....	90
BAB V SIMPULAN .....	96
5.1. Simpulan.....	96
5.2. Keterbatasan .....	97
5.3. Implikasi .....	97
5.3.1 Implikasi Praktis .....	98
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	99
DAFTAR PUSTAKA .....	103
LAMPIRAN.....	107



## DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Brand Skincare dengan Penjualan terbanyak di <i>E-commerce</i> .....	5
Tabel I- 2 Data Observasi yang Berminat Membeli Skincare Somethinc .....	6
Tabel I- 3 Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Skincare Somethinc .....	7
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel III- 1 Distribusi Variabel Minat Beli (Y).....	44
Tabel III- 2 Distribusi Variabel Brand Image ( $X_1$ ) .....	45
Tabel III- 3 Distribusi Variabel Celebrity Endorsement ( $X_2$ ).....	46
Tabel III- 4 Distribusi Variabel Product Knowledge ( $X_3$ ).....	47
Tabel III- 5 Distribusi Variabel Lifestyle ( $X_4$ ).....	47
Tabel IV- 1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	67
Tabel IV- 2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	68
Tabel IV- 3 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	69
Tabel IV- 4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	72
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorsement</i> .....	72
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Knowledge</i> .....	73
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Lifestyle</i> .....	73
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli .....	74
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	75
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	76
Tabel IV- 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glesjer) .....	78
Tabel IV- 12 Hasil Uji Normalitas (Kolmogrov-Smirnov Test).....	81
Tabel IV- 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	82
Tabel IV- 14 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	85
Tabel IV- 15 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	89
Tabel IV- 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	40
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas .....	80



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner .....	108
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....	109
Lampiran 3 Data Identitas Responden .....	113
Lampiran 4 Jawaban Responden .....	119
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas .....	124
Lampiran 6 Hasil Uji Realibilitas .....	127
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	128
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	130
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis .....	131
Lampiran 10 r Tabel .....	132
Lampiran 11 t Tabel .....	135
Lampiran 12 Tabel F .....	138
Lampiran 13 Kartu Seminar .....	139
Lampiran 14 Kartu Bimbingan .....	140

