

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, CITRA MEREK
RAMAH LINGKUNGAN, DAN KESADARAN LINGKUNGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SCARLETT WHITENING**

SKRIPSI



Nama : Fitria Sri Hartati

NIM : 43122010313

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2026

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, CITRA MEREK
RAMAH LINGKUNGAN, DAN KESADARAN LINGKUNGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SCARLETT WHITENING**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Fitria Sri Hartati
NIM : 43122010313

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitria Sri Hartati

NIM : 43122010313

Program Studi : S1 - Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Jakarta, 1 November 2025



Fitria Sri Hartati

NIM 43122010313

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi			
Tgl. Efektif	25 September 2024				

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : FITRIA SRI HARTATI
NIM : 43122010313
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Celebrity Endorsement, citra merek ramah lingkungan dan kesadaran lingkungan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett whitening
Hasil Pengecekan Turnitin : 25%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **25%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 12 November 2025
Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

 2025/November/12/0000000677/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Fitria Sri Hartati
NIM : 43122010313
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Celebrity Endorsement, Citra Merek Ramah Lingkungan, dan Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 26 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dudi Permana, Ph.D

NIDN/NUPTK: 1018037701

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901

Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-03266085



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Citra Merek Ramah Lingkungan, dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat- nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Skripsi ini dan berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M., Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si, selaku dosen metodologi penelitian pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana Angkatan 2022 yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.
6. Teristimewa untuk kedua orang tua saya atas segala perhatian, dukungan moral maupun materil, nasihat, serta seluruh do'a yang tidak ada hentinya ditujukan kepada peneliti.
7. Teman-temanku di Program Studi Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2022 yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.

8. Kepada pemilik NIM 43122010179. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Terima kasih sudah membantu dan meluangkan waktu untuk mendengarkan keluh kesah penulis.
9. Dan diri saya sendiri yang mau dan mampu bertahan, berjuang, berusaha sekuat yang saya bisa, tidak menyerah walau banyak rasa dan godaan yang datang untuk berhenti. Terima kasih karena sudah mau untuk tetap kuat.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian proposal ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas proposal skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 26 Mei 2025



Fitria Sri Hartati



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Fitria Sri Hartati
NIM : 43122010313
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Celebrity Endorsement, Citra Merek Ramah Lingkungan, dan Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap men-cantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 1 November 2025

Yang menyatakan,



(Fitria Sri Hartati)

ABSTRAK

“Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Celebrity Endorsement*, Citra Merek Ramah Lingkungan, dan Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di wilayah DKI Jakarta. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi *Celebrity Endorsement*, Citra Merek Ramah Lingkungan, dan Kesadaran Lingkungan, sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian. Populasi penelitian mencakup konsumen yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta dan telah atau sedang menggunakan produk Scarlett Whitening. Sampel penelitian terdiri atas 119 responden yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui survei dengan instrumen kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan aplikasi *SmartPLS 4.0*. Metode analisis yang digunakan mencakup uji *outer model*, yang meliputi *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Composite Reliability*, dan *Cronbach's Alpha*, serta uji *inner model*, yang terdiri dari *R-Square*, *Model Fit*, *Effect Size* (F^2), *Predictive Relevance* (Q^2), dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorsement*, Citra Merek Ramah Lingkungan, dan Kesadaran Lingkungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Scarlett Whitening di wilayah DKI Jakarta.”

Kata Kunci: *Celebrity Endorsement*, Citra Merek Ramah Lingkungan, Kesadaran Lingkungan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

“This study aims to analyze the influence of Celebrity Endorsement, Environmentally Friendly Brand Image, and Environmental Awareness on Purchasing Decisions of Scarlett Whitening Products in the DKI Jakarta area. The independent variables in this study include Celebrity Endorsement, Environmentally Friendly Brand Image, and Environmental Awareness, while the dependent variable is Purchasing Decisions. The study population includes consumers who live in the DKI Jakarta area and have or are currently using Scarlett Whitening products. The research sample consisted of 119 respondents selected using a purposive sampling method. Data were collected through a survey with a questionnaire instrument, then analyzed using the SmartPLS 4.0 application. The analysis methods used include outer model tests, which include Convergent Validity, Discriminant Validity, Composite Reliability, and Cronbach's Alpha, as well as inner model tests, which consist of R-Square, Model Fit, Effect Size (F^2), Predictive Relevance (Q^2), and hypothesis testing. The results of the study show that Celebrity Endorsement, Environmentally Friendly Brand Image, and Environmental Awareness have a positive and significant influence on the Purchase Decision of Scarlett Whitening products in the DKI Jakarta area.”

Keywords: *Celebrity Endorsement, Environmentally Friendly Brand Image, Environmental Awareness, Purchasing Decision*

MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian	17
D. Kontribusi Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	19
A. Kajian Pustaka	19
1. <i>Sustainable Development Goals</i> (Tujuan Pembangunan Berkelanjutan)	19
2. <i>Triple Bottom Line</i>	20
3. Perilaku Konsumen	22
4. <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Terencana)	23
5. <i>Celebrity Endorsement</i>	25
a. Pengertian <i>Celebrity Endorsement</i>	25
b. Faktor yang Mempengaruhi <i>Celebrity Endorsement</i>	26
c. Indikator <i>Celebrity Endorsement</i>	27

6. Citra Merek Ramah Lingkungan	28
a. Pengertian Citra Merek Ramah Lingkungan	28
b. Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek Ramah Lingkungan	30
c. Indikator Citra Merek Ramah Lingkungan	31
7. Kesadaran Lingkungan	32
a. Pengertian Kesadaran Lingkungan	32
b. Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Lingkungan	34
c. Indikator Kesadaran Lingkungan	36
8. Keputusan Pembelian	36
a. Pengertian Keputusan Pembelian	36
b. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	37
c. Indikator Keputusan Pembelian	38
B. Penelitian Terdahulu	39
C. Pengembangan Hipotesis	48
1. Hubungan antara <i>Celebrity Endorsement</i> dan Keputusan Pembelian	48
2. Hubungan antara Citra Merek Ramah Lingkungan dan Keputusan Pembelian	49
3. Hubungan antara Kesadaran lingkungan dan Keputusan Pembelian	50
D. Kerangka Konseptual	52
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Waktu dan Tempat Penelitian	54
1. Waktu Penelitian	54
2. Tempat Penelitian	54
B. Desain Penelitian	55
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	55
1. Definisi Variabel	55
2. Operasionalisasi Variabel	58
D. Skala Pengukuran Variabel	59
E. Populasi dan Sampel Penelitian	60
1. Populasi Penelitian	60
2. Sampel Penelitian	61

F. Metode Pengumpulan Data	64
G. Metode Analisis Data	65
1. Analisis Statistik Deskriptif	65
2. Metode <i>Partial Least Square - Structural Equation Modeling</i>	66
a. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	67
b. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	74
B. Statistik Deskriptif	75
1. Deskripsi Responden	76
2. Deskripsi Variabel	80
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	83
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	83
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	93
D. Pembahasan Hasil Penelitian	101
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap Keputusan Pembelian	101
2. Pengaruh Citra Merek Ramah Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian	101
3. Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian	102
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	103
A. Simpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	115

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Pra - Survei Penelitian	14
2. 2	Penelitian Terdahulu	39
3. 1	Tabel Operasionalisasi Variabel	58
3. 2	Skala <i>Likert</i>	60
4. 1	Jenis Kelamin Responden	77
4. 2	Usia Responden	77
4. 3	Pekerjaan Responden	78
4. 4	Range untuk Perawatan Kulit Responden	79
4. 5	Hasil Deskripsi <i>Celebrity Endorsement</i>	80
4. 6	Hasil Deskripsi Citra Merek Ramah Lingkungan	81
4. 7	Hasil Deskripsi Kesadaran Lingkungan	81
4. 8	Hasil Deskripsi Keputusan Pembelian	82
4. 9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity (Outer Loadings)</i> (Sebelum Modifikasi)	84
4. 10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity (Outer Loadings)</i> (Sesudah Modifikasi)	86
4. 11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	89
4. 12	Hasil Pengujian <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	90
4. 13	Hasil Pengujian <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	91
4. 14	Hasil Pengujian AVE (<i>Average Variance Evtracted</i>)	87
4. 15	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability & Cronbach's Alpha</i>	92
4. 16	Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	93
4. 17	Hasil Pengujian <i>Model Fit</i>	95
4. 18	Hasil Pengujian <i>Effect Size</i>	96
4. 19	Hasil Pengujian <i>Predictive Relevanced</i>	96
4. 20	Hasil Pengujian PLS <i>Predict</i>	98
4. 21	Hasil Pengujian Hipotesis	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Data (Tren) Pengguna Internet dan Media sosial di Dunia	2
1. 2	Durasi Rata-Rata Penggunaan Media Digital Masyarakat Indonesia	3
1. 3	Negara Penyumbang Sampah Plastik Terbanyak Di Dunia	4
1. 4	Alasan Konsumen Memilih Produk Ramah Lingkungan	5
1. 5	Alasan Konsumen Membeli Produk Skincare	6
1. 6	Pertumbuhan Atribut Keberlanjutan di Industri Kecantikan (2020 - 2023)	7
1. 7	Produk Perawatan Tubuh Terlaris di Indonesia	8
1. 8	Scarlett Whitening Berpartisipasi dalam Penanaman 3.000 Pohon Bersama LindungiHutan dalam Rangka Hari Gerakan Sejuta Pohon	10
1. 9	Nilai Penjualan Scarlett Whitening	11
1. 10	Tren Nilai Penjualan 10 Merek Kecantikan Teratas di E-Commerce Indonesia (2022–2024)	12
2. 1	Konstruk Utama TPB	23
2. 2	Kerangka Konseptual	52
3. 1	Hasil Grafik <i>Software G*Power</i>	62
4. 1	Hasil Uji Algoritma PLS (Sebelum Modifikasi)	84
4. 2	Hasil Uji Algoritma PLS (Sesudah Modifikasi)	86
4. 3	Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	100

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	115
2	Jawaban Responden	119
3	Hasil Deskripsi Responden	130
4	Hasil Deskripsi Variabel	131
5	Hasil Output PLS	133

