

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK WARDAH WILAYAH JOGLO JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

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



Nama : Sari Ramadhani

Nim : 43112010238

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sari Ramadhani

NIM : 43112010238

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 pembuatan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 18 Agustus 2016
UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Sari Ramadhani

Nim : 43112010238

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sari Ramadhani
NIM : 43112010238
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik
Wardah Wilayah Joglo Jakarta Barat
Tanggal Lulus Ujian : 27 September 2016

Disahkan Oleh:

Pembimbing,



Yuli Harwani, Dra., MM

Tanggal: 7/10 2016

Ketua Penguji,



Dra. Aty Herawati, M.Si

Tanggal: 5 Oktober 2016

Dekan Fakultas Ekonomi

Dan Bisnis,



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA

Tanggal: 7/10 2016

Ketua Program Studi

Manajemen S1,



Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal: 7/10 2016

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Yuli Harwani, Dra., MM. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis hanturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Dr. Rina Astini, SE., MM, selaku Kaprodi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Kedua Orang Tua tercinta yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dan dukungan moral yang tiada henti-hentinya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kepada teman seperjuangan dan pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi, dan doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Dikarenakan keterbatasannya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis menghaarapkan segala bentuk saran serta dan kritik yang membangun pengetahuan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Jakarta, Agustus 2016

Penulis

Sari Ramadhani

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN dan HIPOTESIS	
A. Manajemen Pemasaran.....	11
1. Pengertian Pemasaran.....	11
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
B. Periklanan (<i>Advertising</i>).....	12
1. Pengertian Periklanan.....	12
2. Tujuan Periklanan.....	13
C. Bintang Iklan (<i>Celebrity Endorser</i>).....	14
1. Pengertian Bintang Iklan (<i>Celebrity Endorser</i>).....	14
2. Peran Bintang Iklan (<i>Celebrity Endorser</i>).....	16
3. Dimensi Bintang Iklan (<i>Celebrity Endorser</i>).....	18
D. Kualitas Produk.....	20
1. Pengertian Kualitas.....	20
2. Pengertian Produk.....	20

3. Tingkatan Produk	21
4. Pengertian Kualitas Produk	22
5. Dimensi Kualitas Produk.....	22
E. Keputusan Pembelian.....	24
1. Pengertian Keputusan Pembelian	24
2. Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	25
3. Dimensi Keputusan Pembelian.....	28
F. Penelitian Terdahulu.....	29
G. Rerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	31
1. Rerangka Pemikiran	31
2. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
1. Waktu Penelitian.....	36
2. Tempat Penelitian.....	36
B. Desain Penelitian.....	36
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	37
1. Definisi Variabel Penelitian.....	37
2. Operasional Variabel.....	38
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
1. Populasi Penelitian	41
2. Sampel Penelitian	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
1. Kuesioner (Angket)	43
F. Jenis Data.....	45
G. Metode Analisis	45
1. Analisis Deskriptif.....	45
2. Uji Kelayakan Data	46
a. Uji Validitas	46
b. Uji Reliabilitas	46
3. Uji Asumsi Klasik	47

a. Uji Normalitas	47
b. Uji Multikolinieritas.....	48
c. Uji Heteroskedastisitas	48
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
a. Uji Ketepatan Model	50
1). Koefisien Determinasi (R^2).....	50
2). Uji Simultan (Uji F)	51
b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	53
1. Sejarah PT. Wardah.....	53
2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	54
B. Statistik Deskriptif	55
1. Karakteristik Profil Responden	55
a. Profil Responden berdasarkan Usia	55
b. Profil Responden berdasarkan Pekerjaan.....	56
c. Profil Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan	57
2. Rekapitulasi Frekuensi Klasifikasi Jawaban Responden.....	57
a. Rekapitulasi Frekuensi Klasifikasi Jawaban Responden Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	58
b. Rekapitulasi Frekuensi Klasifikasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	60
c. Rekapitulasi Frekuensi Klasifikasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	61
C. Hasil Uji Kualitas Data	62
1. Hasil Uji Validitas	62
2. Hasil Uji Reliabilitas	64
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	65
1. Hasil Uji Normalitas	65
2. Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68

E. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
1. Uji Ketepatan Model	71
a. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	71
b. Hasil Uji F (Pengujian Secara Simultan)	72
2. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	73
a. Analisis Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian	73
b. Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. KESIMPULAN.....	77
B. SARAN	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	84



DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.1	Tabel Top Brand Index kategori Produk Lipstik	4
1.2	Tabel Top Brand Index kategori Produk Bedak Muka	5
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	29
3.1	Tabel Operasional Variabel Celebrity Endorser	38
3.2	Tabel Operasional Variabel Kualitas Produk.....	40
3.3	Tabel Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	41
3.4	Tabel Skala Likert	44
4.1	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.2	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.3	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan....	57
4.4	Tabel Rekapitulasi Frekuensi Klasifikasi Jawaban Responden Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	58
4.5	Tabel Rekapitulasi Frekuensi Klasifikasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	60
4.6	Tabel Rekapitulasi Frekuensi Klasifikasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	61
4.7	Tabel Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i>	62
4.8	Tabel Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	63
4.9	Tabel Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	64
4.10	Tabel Hasil Uji Reliabilitas	64
4.11	Tabel Hasil Uji Normalitas	66
4.12	Tabel Hasil Uji Multikolinieritas	68
4.13	Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.14	Tabel Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	72

4.15	Tabel Hasil Uji F (Pengujian Secara Simultan)	72
4.16	Tabel Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T) Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	74
4.17	Tabel Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T) Variabel Kualitas Produk	75



DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
2.1	Gambar Tahap Proses Pembelian.....	25
2.2	Gambar Rerangka Pemikiran	32
4.1	Gambar Hasil Uji Normalitas.....	66
4.2	Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1	Kuesioner	84
2	Hasil Karakteristik Profil Responden	89
3	Hasil Kuesioner	90
4	Rekapitulasi Frekuensi Klasifikasi Jawaban Responden	99
5	Hasil Uji Kelayakan Data	102
6	Hasil Uji Asumsi Klasik	105
7	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	106

