



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *CELEBRITY*
ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK ERIGO**
(Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas Mercu Buana Jakarta)

SKRIPSI



Konsetrasi : Pemasaran

DISUSUN OLEH :

FEBY FEBRIANTY ISMAIL

43118010261

Pembimbing :

Prof. Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA., MSS

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *CELEBRITY*
ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK ERIGO**

(Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas Mercu Buana Jakarta)

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 : Feby Febrianty Ismail
NIM : 43118010261

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

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feby Febrianty Ismail

NIM : 43118010261

Program Studi : Manajemen SI

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 dikenakan sanksi pembatalan Skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, Januari 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



METERAL
TEAPEL
4393CAJX837025752

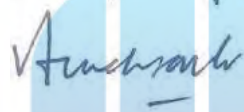
Feby Febrianty Ismail
43118010261

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Feby Febrianty Ismail
NIM : 43118010261
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. (Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas Mercu Buana Jakarta)
Tanggal Sidang : 20 April 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Prof. Dr. Ir Arissetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA., MSS

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 04221305



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Tujuan melakukan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian mahasiswa S1 Universitas Mercu Buana terhadap produk Erigo. Penelitian ini merupakan jenis kuantitatif yang menggunakan data primer. Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji t dengan bantuan *Software IBM SPSS 26 for windows*. Hasil analisis hipotesis menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan *Celebrity Endorser* secara individual berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Pengaruh yang paling dominan dalam penelitian ini adalah *Celebrity Endorser*.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, dan *Celebrity Endorser*.



ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of Product Quality and Celebrity Endorser on the Purchase Decisions of Mercu Buana University Undergraduate Students on Erigo products. This is a quantitative type of research using primary data. The sampling technique used in this research is non-probability sampling with a purposive sampling method. Data collection techniques in this study used a questionnaire distributed to 96 respondents. The data analysis technique used is descriptive test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, and t test with IBM SPSS 26 Software for Windows. The results of the hypothesis analysis indicate that Product Quality and Celebrity Endorser individually have a significant effect on Purchase Decisions. The most dominant influence in this research is Celebrity Endorser.

Keywords: Purchase Decision, Product Quality, and Celebrity Endorser.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat, hidayah, serta karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. (Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas Mercu Buana Jakarta)”**. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara material, maupun secara dukungan non-materil, khususnya Bapak Prof. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA., MSS selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak dan ibu dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmunya dan pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis
5. Kedua orang tua tercinta Bapak Nurdin Ismail Alamsyah dan Ibu R. Euis Dewi Sartika serta keluarga besar yang telah memberikan semangat, doa, motivasi, serta dukungan moral maupun material yang tiada henti-hentinya

kepada penulis.

6. Sahabat penulis, Nurfitriani, Mayella Mauli, Magenta Rosadewa, Arivaliani Nur Sabrina, Putri Puspita Rahayu, Lola Febri Yola, Anggieta Bayu Puteri, dan Maulina Dwi terimakasih sudah selalu ada dan memberi semangat untuk penulis.
7. Teman seperjuangan penulis, Agung Permono, Aisyah Azizah, Robby Dahlan, Rifaldy Saputra, Bella Ayu Kartika, Musdalifah, Febby Mutiara, Adam Febryan, Kresna Wijaya, Itoh Mardianti, dan Aldi Awamsyah yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis.
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 2018 serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan doanya selama dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran, masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terimakasih.

Tangerang, 1 Januari 2022

Feby Febrianty Ismail

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Produk	15
2.1.3 Bauran Pemasaran Barang	16
2.1.4 Perilaku Konsumen	17
2.1.5 Kualitas Produk	18
a. Pengertian Kualitas Produk	18
b. Tujuan Kualitas Produk.....	19
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	21
d. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	23
2.1.6 <i>Celebrity Endorser</i>	27
a. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	27
b. Tujuan <i>Celebrity Endorser</i>	28
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Celebruty Endorser</i>	28
d. Dimensi dan Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	30

2.1.7 Keputusan Pembelian	31
a. Pengertian Keputusan Pembelian.	31
b. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	32
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	36
d. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	27
2.1.8 Penelitian Terdahulu	39
2.2 Pengembangan Hipotesis	51
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	54
3.2 Desain Penelitian	54
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	55
3.3.1 Definisi Variabel.....	55
3.3.2 Operasionalisasi Variabel	56
3.4 Skala Pengukuran Variabel	57
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	58
3.5.1 Populasi Penelitian.....	58
3.5.1 Sampel Penelitian	59
3.6 Metode Pengumpulan Data	60
3.7 Metode Analisis Data.....	61
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	61
3.7.2 Uji Instrumen	62
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	63
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
3.7.5 Pengujian Hipotesis	66
BAB IV PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
4.2 Analisis Deskriptif.....	72
4.2.1 Deskriptif Responden	72
4.2.2 Deskriptif Variabel	75
4.3 Uji Instrumen.....	80
4.3.1 Uji Validitas	80
4.3.2 Uji Reliabilitas	83

4.4 Uji Asumsi Klasik.....	84
4.4.1 Uji Normalitas.....	84
4.4.2 Uji Multikolinearitas	86
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	87
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	88
4.6 Pengujian Hipotesis	89
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	89
4.6.2 Uji t (Parsial).....	90
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	92
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	94
A. Simpulan	94
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN	101



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Penghargaan Erigo Tahun 2020 pada <i>Platform</i> Shopee.....	7
1.2	Data Hasil Pra Survei	10
2.1	Penelitian Terdahulu	39
3.1	Operasionalisasi Variabel	56
3.2	Instrumen Skala Likert.....	58
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	74
4.4	Tabel Skala <i>Mean</i>	75
4.5	Deskriptif Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Produk	76
4.6	Deskriptif Responden Berdasarkan Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	78
4.7	Deskriptif Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian ...	79
4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	81
4.9	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	82
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	82
4.11	Hasil Uji Reliabilitas	83
4.12	Hasil Uji Normalitas.....	85
4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	86
4.14	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	88
4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi	90
4.16	Hasil Uji t (Uji Parsial)	91

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Perkembangan Internet di Dunia	1
1.2	Perkembangan Industri Mode Melalui Media Elektronik di Dunia...3	
1.3	Perkembangan Produksi Pakaian Jadi.....	4
2.1	Kerangka Konseptual	51
4.1	Logo Erigo	69
4.2	Hasil Uji Normalitas.....	84
4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	87



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	103
2	Hasil Kuesrinoer Penelitian	108
3	Deskriptif Responden.....	115
4	Deskriptif Variabel	116
5	Uji Validitas	117
6	Uji Reliabilitas.....	125
7	Uji Normalitas	127
8	Uji Multikolinearitas	128
9	Uji Heterokedastisitas.....	128
10	Analisis Regresi Linear Berganda.....	129
11	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	129
12	Uji t (Uji Parsial)	129



UNIVERSITAS
MERCU BUANA