

**PENGARUH *BEAUTY VLOGGER* SUHAY SALIM SEBAGAI
CELEBRITY ENDORSER, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LIPSTICK*
PIXY**

SKRIPSI



U Nama : Sarah Cantika Cik Adim

NIM : 43116010218

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH *BEAUTY VLOGGER* SUHAY SALIM SEBAGAI
CELEBRITY ENDORSER, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LIPSTICK*
PIXY**

SKRIPSI

**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
MERCU BUANA

Nama : Sarah Cantika Cik Adim

NIM : 43116010218

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sarah Cantika Cik Adim

NIM : 43116010218

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. Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Agustus 2020



Sarah Cantika Cik Adim

Nim: 43116010218

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sarah Cantika Cik Adim
NIM : 43116010218
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Beauty Vlogger* Suhay Salim Sebagai *Celebrity Endorser, Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Lipstick Pixy*.
Tanggal Lulus Ujian : 16 Desember 2020

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji



Arief Bowo Pravoga Kasmu,
SE, MM, Ph.D

R.M. Rasvid, SE, MM

Tanggal : 5 Januari 2021

Tanggal : 3 Januari 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Harnoyinah, Ak., M.Si., CA.,
CIPSAS., CMA., CSRS



Dr. Daru Asih, M. Si

Tanggal : 16 Feb 2021

Tanggal : 16 Feb 2021

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Beauty Vlogger* Suhay Salim Sebagai *Celebrity Endorser*, *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Lipstick Pixy*. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk *lipstick Pixy*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 115 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk *lipstick Pixy*. *Brand image* dan *Brand Trust* berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *lipstick Pixy*.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, *Brand Trust*, Keputusan Pembelian, Produk *Lipstick Pixy*.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study was to determine the effect of Beauty Vlogger Suhay Salim as a Celebrity Endorser, Brand Image and Brand Trust on Purchasing Decisions of Pixy Lipstick Products. The subjects in this study were consumers who had bought Pixy lipstick products. The sample used in this study were 115 respondents. The sampling technique used purposive sampling. By using a quantitative descriptive approach. The data analysis used was statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study indicate that the Celebrity Endorser has a positive and significant effect on the Purchase Decision of Pixy lipstick products. Brand image and Brand Trust have a positive but insignificant effect on the Purchase Decision of Pixy lipstick products.

Keywords: Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust, Purchase Decision, Pixy Lipstick Products.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh *Beauty Vlogger* Suhay Salim Sebagai *Celebrity Endorser*, *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Lipstick Pixy*”**.

Peneliti 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 Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE, MM, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms., selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
4. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE, MM, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
6. Kedua orang tua Bapak Muliansyah Cik Adim dan Ibu Rohaina Cholidy sebagai motivasi terbesar bagi saya yang selalu memberikan doa, motivasi hidup dan pengertian yang tak ternilai serta semua dukungan moril maupun materil.
7. Teman seperjuangan Silfi, Sigit Eko Sudaryanto, Sherly Arya Maharani, Yunita Firdiana, Rani, Dwi Ananda Sari, Alda Al Hikmah, yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 26 Agustus 2020

Sarah Cantika Cik Adim

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka.....	14
1. Manajemen Pemasaran.....	14
2. Perilaku Konsumen.....	15
3. Celebrity Endorser.....	18
4. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	21
5. <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek).....	24
6. Keputusan Pembelian.....	26
7. Penelitian Terdahulu.....	29
B. Pengembangan Hipotesis.....	33
Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
B. Desain Penelitian.....	38

C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	39
1. Definisi Variabel.....	39
2. Definisi Operasionalisasi Variabel.....	40
D. Skala Pengukuran Variabel.....	43
E. Populasi dan Sampel.....	44
1. Populasi.....	44
2. Sampel.....	44
F. Metode Pengumpulan Data.....	45
G. Metode Analisis Data.....	46
a. Analisis Deskriptif.....	46
b. Analisis PLS.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
B. Analisis Data.....	54
a. Statistik Deskriptif.....	54
b. Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	62
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
A. Kesimpulan.....	76
D. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Subscribers dan Viewers Beauty Vlogger di Indonesia.....	6
Tabel 1.2 Pra Survei.....	10
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.2 Skala Likert.....	44
Tabel 4.1 Usia Responden.....	54
Tabel 4.2 Pekerjaan.....	56
Tabel 4.3 Pengeluaran Belanja Produk Kosmetik Per Bulan.....	57
Tabel 4.4 Tempat Tinggal Domisili Saat Ini.....	57
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Celebrity Endorser.....	58
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Brand Image.....	59
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Brand Trust.....	60
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Convergent Validity.....	64
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Convergent Validity.....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion).....	67
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2).....	69
Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Daftar Merek Lipstick Berdasarkan Top Brand Index 2017-2019.....	3
Gambar 1.2	Platform Sosial Media Paling aktif di Indonesia.....	4
Gambar 1.3	Label Halal Lipstick Pixy.....	8
Gambar 2.1	Gambar Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 4.1	Gambar Lipstick Pixy.....	52
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS.....	63
Gambar 4.3	Hasil Uji Bootstrapping.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	84
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner.....	89
Lampiran 3 : Hasil Output SPSS.....	105
Lampiran 4 : Hasil Output PLS.....	108

