

**PENGARUH CITRA MEREK, *CELEBRITY ENDORSER* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK *FASHION WRANGLER***

SKRIPSI



Nama : Tirta Bidjaksana

NIM : 43119010088

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2023

**PENGARUH CITRA MEREK, *CELEBRITY ENDORSER* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK *FASHION WRANGLER***

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

Nama : Tirta Bidjaksana
NIM : 43119010088

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tirta Bidjaksana

Nim : 43119010088

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumber 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, 2023



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Tirta Bidjaksana
43119010088

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tirta Bidjaksana
NIM : 43119010088
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Fashion Wrangler
Tanggal Sidang : 18 Agustus 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 08232710



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Fashion Wrangler*”. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan proposal skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materil, maupun secara dukungan non-materil, sehingga penelitian proposal skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Penulis menyadari bahwa penyusunan ini tidak lepas dari bimbingan Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah. 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, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonommi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
4. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen

5. Teman-temanku di Program Studi Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2019 dan “10 Naga Dragon” atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini
6. Beberapa teman-temanku di Progtam Studi Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2017, atas segala bantuan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini
7. Teristimewa, Ayah dan Ibunda tercinta, serta kakak atas segala perhatian, dukungan moral maupun materil, nasihat, serta seluruh do’a yang tidak adahentinya ditujukan kepada peneliti

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, 17 Juni 2022

Tirta Bidjaksana

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.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Perilaku Konsumen	11
2. Manajemen Pemasaran.....	12
3. Keputusan Pembelian.....	13
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
c. Proses Keputusan Pembelian	15
d. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	17
4. Citra Merek	18
a. Pengertian Citra Merek	18
b. Faktor – Faktor yang Memengaruhi Citra Merek	19
c. Dimensi dan Indikator Citra Merek	19
5. <i>Celebrity endorser</i>	20

a.	Pengertian Celebrity endorser	20
b.	Manfaat dan Peran <i>Celebrity endorser</i>	21
c.	Dimensi dan Indikator <i>Celebrity endorser</i>	21
6.	Kualitas Produk	22
a.	Pengertian Kualitas Produk	22
b.	Faktor - faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	23
c.	Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	23
7.	Penelitian Terdahulu	24
8.	Pengembangan Hipotesis	28
9.	Rerangka Konseptual	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	32
B.	Desain Penelitian	32
C.	Definisi Variabel dan Operasional Variabel	33
1.	Definisi Variabel	33
2.	Operasional Variabel	34
D.	Skala Pengukuran Variabel	36
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	37
1.	Populasi Penelitian	37
2.	Sampel Penelitian	37
F.	Metode Pengumpulan Data	39
G.	Metode Analisis Data	39
1.	Analisis Deskriptif	40
a.	Analisis Deskriptif Responden	40
b.	Analisis Deskriptif Variabel	40
2.	Uji Intrumen	41
a.	Uji Validitas	41
b.	Uji Realibilitas	41
3.	Analisis <i>Partial Least Square</i>	42
a.	Pengertian <i>Partial Least Square</i>	42
b.	Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	44

c. Menguji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	48
1. Profil Wrangler.....	48
B. Deskripsi Responden	49
1. Analisis Deskripsi Responden.....	49
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	49
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	51
2. Deskripsi Jawaban Responden.....	52
a. Deskripsi Jawaban Keputusan Pembelian.....	52
b. Deskripsi Jawaban Citra Merek	53
c. Deskripsi Jawaban <i>Celebrity Endorser</i>	54
d. Deskripsi Jawaban Kualitas Produk.....	55
3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	56
a. Hasil Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	56
b. Hasil Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	62
C. Pembahasan	65
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	65
2. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	66
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	69
A. Simpulan	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Celana Jeans Tahun 2018	4
Tabel 1. 2 Hasil Pra Survey.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasionalisasi Variabel Citra Merek	34
Tabel 3. 2 Definisi Operasionalisasi Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	34
Tabel 3. 3 Definisi Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	35
Tabel 3. 4 Definisi Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	36
Tabel 3. 5 Skor Berdasarkan Skala Likert	37
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	51
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Berdasarkan Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Berdasarkan Citra Merek	53
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Berdasarkan <i>Celebrity Endorser</i>	54
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Berdasarkan Kualitas Produk.....	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>R-Square</i>	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Pakaian Jadi Tahun 2011-2022	2
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian	17
Gambar 2. 2 Rerangka Konseptual Penelitian	31
Gambar 3. 1 Tahapan Evaluasi PLS-SEM.....	44
Gambar 4. 1 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	57
Gambar 4. 2 Hasil Uji Hipotesis	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesiner <i>Pra-Survey</i> untuk Menentukan Variabel.....	82
Lampiran 2 Kuesiner Penelitian.....	87
Lampiran 3 Hasil Kuesioner	91
Lampiran 4 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	107
Lampiran 5 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	108
Lampiran 6 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	109
Lampiran 7 Hasil Uji <i>R-Square</i>	110
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis <i>Bootstrapping</i>	110



UNIVERSITAS
MERCU BUANA