

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *ADVERTISING APPEAL* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA PRODUK KECANTIKAN
SCARLETT WHITENING**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Zahra Annisa Putri
NIM : 43119010272

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *ADVERTISING APPEAL* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA PRODUK KECANTIKAN
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



Nama : Zahra Annisa Putri

NIM : 43119010272

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

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Zahra Annisa Putri

NIM : 43119010272

Program Studi : S1

Manajemen Judul Skripsi :

PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, ADVERTISING
APPEAL DAN BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE
DECISION PADAPRODUK KECANTIKAN SCARLETT
WHITENING

Tanggal Sidang : 4 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Ade Permata Surya, S.Gz., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233227



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zahra Annisa Putri

Nim : 43119010272

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan 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.

MERCU BUANA

Jakarta, 2 November 2023



Zahra Annisa Putri

NIM 43119010272

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh selebriti promotor, *daya tarik iklan* dan *citra merek* terhadap *Purchase Decision* produk kecantikan scarlet whitening di kota Jakarta Barat. Populasi penelitian ini adalah konsumen produk kecantikan Scarlett Whitening yang berdomisili di Jakarta Barat. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 108 responden, dengan teknik sampling *non-probability* yaitu, *purposive sampling*. metode analisis data yang di gunakan adalah *Partial Least Square (PLS)*, dengan bantuan software SmartPLS ver 3.3.3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selebriti promotor berpengaruh signifikan positif terhadap *Purchase Decision*. Selain itu *citra merek* juga berpengaruh signifikan positif terhadap *Purchase Decision*. Di sisi lain, *daya tarik iklan* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision*.

kata kunci: selebriti promotor , *daya tarik iklan*, *citra merek*, *Purchase Decision*



ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the influence of celebrity promoters, advertising appeal and brand image on purchasing decisions for scarlet whitening beauty products in West Jakarta. The population of this research is consumers of Scarlett Whitening beauty products who live in West Jakarta. The sample in this study was 108 respondents, using a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. The data analysis method used was Partial Least Square (PLS), with the help of SmartPLS ver 3.3.3 software. The results showed that celebrity promoters had a significant positive effect on purchasing decisions. In addition, brand image also has a significant positive effect on purchasing decisions. On the other hand, advertising appeal has no significant effect on purchasing decisions.

Keywords: celebrity endorser, advertising appeal , brand image, purchasedecision



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat -Nya yangtelah melimpahkan segala hikmat dan berkat-Nya sehingga peneliti dapat menyusun skripsi yang berjudul “**pengaruh *celebrity endorser, Advertising Appeal dan Brand image terhadap Purchase Decision pada Produk Scarlett Whitening.***” skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

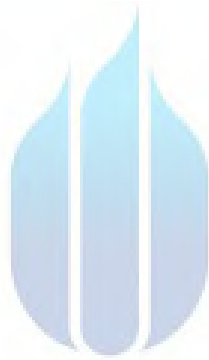
Selama menyusun skripsi ini, peneliti menyadari banyak menemukandukungan dan hambatan. Namun berkat bimbingan dan arahan serta saran dari berbagai pihak khususnya ibu Ade Permata Surya, S.Gz, MM., selaku dosen pembimbing, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, dalam kesempatan ini izinkan peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Plt. Rektor Universitas Mercu Buana..
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana Ph.D., Selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Ade Permata Surya, S.Gz, MM., selaku dosen pembimbing.
5. Dr. Agus Arijanto, SE, MM., selaku dosen tugas akhir.
6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
7. Teristimewa, kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan semangat, doadan dukungan moral dan material yang tiada henti kepada peneliti serta memberikan banyak

inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Teristimewa Adrian Firdaus yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat mengubah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 24 Juni 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Zahra Annisa Putri

DAFTAR ISI

Tabel	Judul	Halaman
	HALAMAN JUDUL	i
	LEMBAR PENGESAHAN	ii
	LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
	ABSTRAK	iv
	ABSTRACT	v
	KATA PENGANTAR	vi
	DAFTAR ISI	viii
	DAFTAR GAMBAR	xi
	DAFTAR LAMPIRAN	xii
	BAB I PENDAHULUAN	1
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Rumusan Masalah	13
	C. Tujuan Penelitian.....	13
	D. Kontribusi Penelitian	15
	BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
	A. Landasan Teori	16
	1. Teori Perilaku Konsumen	15
	2. Teori <i>Purchase Decision</i>	16
	B. Variabel Penelitian	19
	1. Celebrity endorser.....	19
	2. <i>Advertising Appeal</i>	24
	3. <i>Brand image</i>	26
	C. Penelitian Terdahulu.....	29
	D. Pengembangan Hipotesis	31
	E. Kerangka Penelitian	33

BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Waktu Dan Tempat Penelitian	35
B. Desain Penelitian.....	35
C. Definisi dan Operasioanal Variabel	35
1. Varibel Terikat atau Variabel Dependen (Y).....	36
2. Variabel Bebas atau Variabel Independen (X)	36
D. Skala Pengukuran Variabel	38
E. Skala Pengukuran Ordinal.....	38
F. Populasi dan Sampel.....	39
1. Populasi	39
2. Sampel	39
G. Teknik Pengambilan Data	40
H. Metode Analisis Data	41
1. Analisis Partial Least Square (PLS).....	41
2. Langkah Pengujian Analisis PLS	42
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN.....	45
A. Analisa Dekriptif	45
1. Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	45
B. Hasil Penelitian	47
1. Karakteristik Responden.....	47
2. Deskriptif Variabel	51
C. Uji Instrumen.....	55
1. Uji Validitas.....	55
2. Uji Reliabilitas.....	61
3. Hasil Pengujian Hipotesis (Bootstrapping)	64
BAB V SIMPULAN & SARAN	70
A. Simpulan.....	70
B. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	79



DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Logo Scarlett Whitening	2
Gambar 1.2	<i>Brand</i> Lokal Favorit.....	3
Gambar 1.3	<i>Brand Skincare</i> Lokal Terlaris di E-Commerce	4
Gambar 1.4	<i>Brand</i> Perawatan Terlaris di E-Commerce.....	5
Gambar 1.5	Peringkat Serum Wajah Terlaris di Shopee Dan Tokopedia	5
Gambar 2.1	Tahap Proses Pengambilan Pembelian.....	18
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4.1	Produk Scarlett Whitening	45
Gambar 4.2	<i>Brand</i> Ambassador Scarlett Whitening.....	46
Gambar 4.3	Iklan Scarlett Whitening	46
Gambar 4.4	Rancangan Outer Model.....	55
Gambar 4.5	Hasil Output Diagram	56
Gambar 4.6	Diagram Path.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	JUDUL	HALAMAN
Lampiran 1.	Kuisisioner penelitian	80
Lampiran 2.	Deskripsi responden	81
Lampiran 3.	Deskripsi Variabel	82
Lampiran 4.	Hasil Uji Model Pengukuran	85
Lampiran 5.	Hasil Uji Model Struktural	90

