

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *BRAND IMAGE* DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK  
MASKARA MAYBELLINE**

**(Studi Pada Pembeli Maskara Maybelline Pada Mahasiswi  
Universitas Mercu Buana Bekasi)**

**SKRIPSI**



**Nama : Mila Septiarini**

**NIM : 43119210107**

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

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *BRAND IMAGE* DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK  
MASKARA MAYBELLINE**

**(Studi Pada Pembeli Maskara Maybelline Pada Mahasiswi  
Universitas Mercu Buana Bekasi)**

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



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Nama : Mila Septiarini

**NIM : 43119210107**

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

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : **Mila Septiarini**  
NIM : **43119210107**  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorsement, Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline (Studi Pada Pembeli Maskara Maybelline Pada Mahasiswi Universitas Mercu Buana Bekasi)  
Tanggal Lulus Ujian : 29 September 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Eko Tama Putra Saratian, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis      Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233107



Please Scan QRCode to Verify

## **SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mila Septiarini

Nim : 43119210107

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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 06 Oktober 2023



Mila Septiarini  
43119210107

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul **“Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline (Studi Pada Pembeli Maskara Maybelline Pada Mahasiswi Universitas Mercu Buana Bekasi)”**. Penyusunan proposal ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusun proposal penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada bapak Eko Tama Putra Saratian, S.E, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat. Serta peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng 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, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Dr. Eri Marlapa, MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
  5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya kepada peneliti.
  6. Seluruh mahasiswa Universitas Mercu Buana Bekasi yang sudah memberikan waktu dan juga jawabannya kepada saya dalam pengisian kuisioner Pra Survei sebagai bahan penelitian ini.
  7. Teristimewa, terima kasih kepada orang tua saya yang telah memberikan semangat, doa serta dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal ini.
  8. Terima kasih kepada seluruh teman-teman saya Darren Haikal, Indah, Uti, Alin, Nabila, Laras, Ichsan, Rafi, Taufik, Timbul dan Dimel yang selalu memberikan dukungan dan motivasi agar saya semangat menyelesaikan proposal skripsi ini.
- Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam penulisan proposal ini. Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 06 Oktober 2023



Mila Septiarini

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	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	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	10
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL, PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Manajemen Pemasaran	12
2. Teori Perilaku Konsumen	13
3. Keputusan Pembelian	14
4. <i>Celebrity Endorsement</i>	16
5. <i>Brand Image</i>	19
6. Kualitas Produk	23
7. Penelitian Terdahulu	25
B. Rerangka Konseptual	29
C. Pengembangan Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Waktu dan Tempat Penelitian	32

B.	Desain Penelitian	32
C.	Definisi dan Operasionalisasi Penelitian	33
D.	Skala Pengukuran	35
E.	Populasi dan Sampel	36
F.	Teknik Pengumpulan Data	38
G.	Metode Analisis Data	39
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A.	Gambaran Umum Lokasi atau Objek Penelitian	45
B.	Statistik Deskriptif	46
1.	Karakteristik Responden	47
2.	Deskripsi Variabel	48
C.	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	51
1.	Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )	52
2.	Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	58
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	69
A.	Kesimpulan	69
B.	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN		76



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Kosmetik Maskara Tahun 2017-2021	3
Tabel 1. 2 Perbandingan Harga	4
Tabel 1. 3 Data Pra Survei	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	37
Tabel 3. 2 Instrument Skala Likert	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran/Bulan	49
Tabel 4. 3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Celebrity Endorsement	50
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Brand Image	51
Tabel 4. 3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	52
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Convergent Validity	55
Tabel 4. 6 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion)	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heterotrait – Monotrait (HTMT)	58
Tabel 4. 7 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)	58
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach’s Alpha	59
Tabel 4. 9 Nilai Variabel Endogen	60
Tabel 4.10 Predictive Relevance (Q2)	61
Tabel 4.11 Model Fit	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Inner VIF	62
Tabel 4.13 Nilai Effect Size (F2)	63
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Brand Maybelline	6
Gambar 2. 1 Rerangka Konseptual	31
Gambar 4.1 Algoritma PLS	55
Gambar 4. 2 Hasil Uji Bootsraping	62



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kusioner Penelitian	76
Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner	80
Lampiran 3. Hasil Output PLS	87



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA