

**PENGARUH CITRA MEREK, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN ULASAN
PRODUK TERHADAP INTENSI BELI ULANG PRODUK *SUNSCREEN*
MADAME GIE**

(Studi Pada Mahasiswi Universitas Mercu Buana Meruya)

SKRIPSI



Nama: Wia Fatmawati

NIM: 43120010072

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2024

**PENGARUH CITRA MEREK, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN ULASAN
PRODUK TERHADAP INTENSI BELI ULANG PRODUK *SUNSCREEN*
MADAME GIE**

(Studi Pada Mahasiswi Universitas Mercu Buana Meruya)

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



UNIVERSITAS
Nama: Wia Fatmawati
NIM: 43120010072
MERCU BUANA

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

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bersangkutan dibawah ini:

Nama : Wia Fatmawati

NIM : 43120010072

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni 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 (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Juli 2024



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Wia Fatmawati

43120020072

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wia Fatmawati
NIM : 43120010072
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Celebrity Endorser, dan Ulasan Produk Terhadap Intensi Beli Ulang Sunscreen Madame Gie (Studi Pada Mahasiswi Universitas Mercu Buana Meruya)
Tanggal Sidang : 19 Juli 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Yennida Parmariza, S.Sos., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244019



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengaruh citra merek, *celebrity endorser*, dan ulasan produk terhadap Intensi Beli Ulang *susncreen* Madame Gie pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Meruya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi yang pernah menggunakan *susncreen* Madame Gie, pengambilan sampel yang digunakan adalah sebanyak 155 responden dan dihitung menurut rumus Hair. Metode dalam pengambilan sampel menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square 4.0. Hasil dari penelitian ini yaitu Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Beli Ulang, *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Beli Ulang, Ulasan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Beli Ulang.

Kata Kunci: citra Merek, *celebrity endorser*, ulasan produk, intensi beli ulang.



ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of brand image, celebrity endorsers, dan product reviews on interest in repurchasing Madame Gie's screen on Mercu Buana Meruya University students. The population in this study were female students who had used Madame Gie's screen. The sample used was 155 respondents dan was calculated according to the Hair formula. The sampling method uses Purposive Sampling Technique. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. The data analysis method used is Partial Least Square 4.0. The results of this research are that Brand Image has a positive dan significant effect on Repurchase Intention, Celebrity Endorser has a positive dan significant effect on Repurchase Intention, Product Reviews has a positive dan significant effect on Repurchase Intention.

Keyword: *Brand Image, Celebrity Endorser, Product Reviews, Repurchase Intention.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah swt, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, CELEBRITY ENDORSER, DAN ULASAN PRODUK TERHADAP INTENSI BELI ULANG PADA PRODUK *SUNSCREEN* MADAME GIE”**. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Ibu Yennida Parmariza, S. Sos., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, saran, semangat, pengetahuan, motivasi, masukan serta nasehat-nasehat yang telah diberikan kepada penulis.

Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, 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 S1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE, MM, Ph.D selaku dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama satu semester ini.
5. Ibu Dr. Rina Astini, MM., Selaku ketua penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
6. Ibu Alvita Sari, SE., MM. selaku dosen penguji 2 ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan S1 Manajemen FEB UMB angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
9. Cinta pertamaku, Bapa Tarmuji. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
10. Pintu surgaku, Ibunda Turiyah. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program study penulis, beliau juga memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun semangat, motivasi, doa, serta yang sujudnya selalu menjadi doa untuk kesuksesan anak-anaknya.
11. Jom Fams yaitu Malia Nastia Ramdana, Mariska Amelia Hidayat, Yulya Aisyah Putri, Zagita Andini, Aldini Septiani, dan Fadhillah Oktaviana Riyanto terimakasih telah memberikan semangat, motivasi serta dukungan.

12. Teruntuk cinta kasih kedua kakak saya, Ervi Lestariyah Ningsih, dan Nur Indah Alawiyah, terimakasih telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi serta terimakasih telah setia meluangkan waktunya untuk menjadi tempat dan pendengar terbaik penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Teruntuk Siti Aisyah yang sudah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Semua pihak yang telah membantu demi lancarnya penulisan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
15. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 7 Juli 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA 

Wia Fatmawati
43120010072

DAFTAR ISI

	Halaman
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.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Kontribusi Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
A. Kajian Pustaka	17
1. Manajemen Pemasaran	17
2. Perilaku Konsumen.....	18
3. Intensi Beli Ulang	20
4. Citra Merek	24
5. <i>Celebrity Endorser</i>	27
6. Ulasan Produk.....	30
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Pengembangan Hipotesis	35
D. Kerangka Konseptual	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
1. Waktu Penelitian.....	39

2. Tempat Penelitian	39
B. Desain Penelitian	39
C. Defini dan Operasional Variabel	40
1. Definisi Variabel.....	40
2. Operasionalisasi Variabel	42
D. Skala Pengukuran Variabel	44
E. Populasi dan Sampel Penelitian	45
1. Populasi Penelitian.....	45
2. Sampel Penelitian	45
F. Metode Pengumpulan.....	47
G. Metode Analisa Data	47
a. Analisis Deskriptif	47
b. Structural Equation Modeling (SEM).....	48
a) Outer Model.....	48
b) Inner Model	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
1. Sejarah Singkat Madame Gie	54
2. Deskriptif Responden.....	55
3. Deskriptif Variabel.....	58
B. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	61
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	61
2. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	69
C. Pembahasan Hasil Penelitian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Simpulan.....	77
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1. 1	Varian Produk Madamegie	5
Tabel 1. 2	Hasil Pra Survei Tentang Intensi Beli Ulang Sunscreen Madame Gie	11
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel	43
Tabel 3. 2	Skala Likert.....	45
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden	55
Tabel 4. 2	Usia Responden	56
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	57
Tabel 4. 4	Analisis Deskriptif Citra Merek.....	58
Tabel 4. 5	Analisis Deskriptif <i>Celebrity Endorser</i>	58
Tabel 4. 6	Analisis Deskriptif Ulasan Produk.....	59
Tabel 4. 7	Analisis Deskriptif Intensi Beli Ulang	60
Tabel 4. 8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi).....	63
Tabel 4. 9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Setelah Modifikasi).....	65
Tabel 4. 10	Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading).....	66
Tabel 4. 11	Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker).....	67
Tabel 4. 12	Hasil Average Variance Extracted (AVE)	68
Tabel 4. 13	Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	69
Tabel 4. 14	Hasil Uji Nilai R-Square (R^2)	70
Tabel 4. 15	Hasil Uji Nilai Q Square (Q^2) Predict.....	71
Tabel 4. 16	Hasil Uji F-Square	71
Tabel 4. 17	Hasil Pengujian Hipotesis	72

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1. 1	Gambaran Kecenderungan Wanita Lebih Memilih Merek Kosmetik Lokal .	2
Gambar 1. 2	Alasan Perempuan Lebih Memilih Kosmetik Lokal.....	3
Gambar 1. 3	<i>Brand</i> Makeup Lokal Terlaris 2022.....	4
Gambar 1. 4	Top <i>Brand</i> Sunscreen Terlaris di Shopee dan Tokopedia 2022.....	7
Gambar 1. 5	Data Tren Minat Sunscreen Madame Gie 2018 – 2022.....	8
Gambar 1. 6	Data Pembelian Ulang.....	9
Gambar 1. 7	Celebrity Endorser Madame Gie.....	13
Gambar 1. 8	Ulasan Produk Madame Gie.....	14
Gambar 2. 1	Kerangka Konseptual.....	38
Gambar 4. 1	Hasil PLS-SEM Algorithm (Sebelum Modifikasi).....	62
Gambar 4. 2	Hasil PLS-SEM Algorithm (Setelah Modifikasi).....	64
Gambar 4. 3	Hasil Uji Bootstrapping.....	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner.....	85
Lampiran 2	Tabulasi Kuesioner.....	90
Lampiran 3	Hasil Analisis Deskripsi Responden	106
Lampiran 4	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Jawaban Responden	107
Lampiran 5	Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	108
Lampiran 6	Hasil Pengujian Model/Stuructural/Uji Hipotesis (Inner Model).....	113
Lampiran 7	Hasil Uji Hipotesis	113
Lampiran 8	Hasil Logarithma PLS (Boostrapping).....	114



UNIVERSITAS
MERCU BUANA