

**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Celebrity Endorser*
Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Lipstik Maybelline**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Lara Febyan
NIM : 43119010405

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S-1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Celebrity Endorser*
Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Lipstik Maybelline**

SKRIPSI

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



Nama : Lara Febyan

NIM : 43119010405

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S-1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lara Febyan

NIM : 43119010405

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa hasil skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip 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.

UNIVERSITAS Jakarta, 31 Januari 2024
MERCU BUANA



Lara Febyan

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Lara Febyan
NIM : 43119010405
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Maybelline
Tanggal Sidang : 14 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Daru Asih, 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 04243890



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, citra merek, dan *celebrity endorser* terhadap minat beli produk lipstik Maybelline studi kasus pada mahasiswa prodi manajemen Universitas Mercu Buana. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif prodi manajemen Universitas Mercu Buana. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS. Pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel kepada responden yang sengaja dipilih dan telah memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditetapkan dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner melalui google form. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan *celebrity endorser* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : *Minat Beli, Kualitas Produk, Citra Merek, Celebrity Endorser*



ABSTRACT

This study aims to examine the effect of product quality, brand image, and celebrity endorsers on buying interest in Maybelline lipstick products, a case study of management study programme students at Mercu Buana University. The population in this study were active students of the management study programme at Mercu Buana University. This research was conducted using a quantitative descriptive approach. The data analysis method used in this research is the Structural Equation Model (SEM) with the Smart-PLS analysis tool. The sampling used is purposive sampling, namely sampling to respondents who are deliberately selected and have met the predetermined criteria with a sample size of 100 respondents. The data collection technique uses primary data through distributing questionnaires via google form. The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on buying interest, brand image has a positive and significant effect on buying interest and celebrity endorsers have a positive and significant effect on buying interest.

Keywords: *Purchase Interest, Product Quality, Brand Image, Celebrity Endorser*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami persembahkan kehadirat Allah SWT., karena berkah rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Lipstik Maybelline”** Penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Universitas Mercu Buana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Pemasaran. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, serta nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Penyusunan ini juga dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak lainnya. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan moril maupun material, yang tiada henti nya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
3. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

5. Prof.Dr.Ir. Andi Adriansyah,M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
6. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E, M.M., Ph.D selaku Ketua Penguji dan Ibu Febrina Mahliza S.E, M. Si selaku Anggota Penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Sahabat-sahabat kuliah saya yang telah membantu saya selama 7 Semester. Terima kasih sudah menjadi teman terbaik yang selalu saling support satu sama lain selama menempuh perkuliahan ini.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan sedikit atau banyak andil dan doa kepada saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Saya ucapkan terima kasih.

Penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat dijadikan acuan tindak lanjut penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi kita semua terutama bagi ilmu Manajemen Pemasaran baik di bidang pendidikan maupun penerapan di tempat kerja. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 31 Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN HASIL 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 | 9 |
| C. Tujuan Penelitian | 9 |
| D. Kontribusi Penelitian..... | 10 |
| 1. Kontribusi Praktis..... | 10 |
| 2. Kontribusi Teoritis | 10 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS..... | 11 |
| A. Kajian Pustaka..... | 11 |
| 1. Manajemen Pemasaran | 11 |
| 2. Fungsi Pemasaran..... | 12 |
| 3. Strategi Pemasaran | 13 |
| 4. Minat Beli..... | 14 |
| 5. Kualitas Produk | 16 |
| 6. Citra Merek..... | 18 |
| 7. Celebrity Endorser..... | 22 |
| B. Penelitian Terdahulu | 25 |
| C. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis..... | 28 |
| 1. Hubungan antara kualitas produk terhadap minat beli | 28 |
| 2. Hubungan antar citra merek terhadap minat beli | 30 |

| | |
|---|-----------|
| 3. Hubungan antar <i>celebrity endorser</i> terhadap minat beli | 31 |
| D. Kerangka Pemikiran Konseptual..... | 32 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 34 |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian | 34 |
| B. Desain Penelitian..... | 34 |
| C. Definisi dan Operasional Variabel | 35 |
| D. Skala Pengukuran Variabel | 38 |
| E. Populasi dan Sampel Penelitian | 38 |
| 1. Populasi Penelitian | 38 |
| 2. Sampel Penelitian | 39 |
| F. Metode Pengumpulan Data | 40 |
| G. Metode Analisis Data | 41 |
| 1. Evaluasi Measurement Model (<i>Outer Model</i>) | 42 |
| 2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)..... | 43 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 45 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 45 |
| B. Analisis Deskriptif..... | 46 |
| 1. Karakteristik Responden..... | 46 |
| 2. Deskriptif Jawaban Responden | 49 |
| C. Hasil Uji Kualitas Data | 54 |
| 1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model | 54 |
| 2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>) | 61 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian | 64 |
| 1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli | 64 |
| 2. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli..... | 65 |
| 3. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli | 66 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 68 |
| A. Kesimpulan | 68 |
| B. Saran..... | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA | 70 |
| LAMPIRAN..... | 73 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Judul | Halaman |
|--------------|--|----------------|
| 1.1 | Rating Produk Kosmetik Kategori Lipstik pada Top Brand Index..... | 5 |
| 1.2 | Tabel Hasil Pra Survey | 7 |
| 2.1 | Penelitian Terdahulu | 25 |
| 3.1 | Operasionalisasi Variabel..... | 36 |
| 3.2 | Instrumen Skala Likert..... | 38 |
| 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 47 |
| 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili | 47 |
| 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan | 48 |
| 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 48 |
| 4.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran | 49 |
| 4.6 | Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Kualitas Produk | 50 |
| 4.7 | Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Citra Merek..... | 51 |
| 4.8 | Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Celebrity Endorser..... | 52 |
| 4.9 | Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Minat Beli | 53 |
| 4.10 | Hasil Pengujian Convergent Validity..... | 54 |
| 4.11 | Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi) | 56 |
| 4.12 | Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loadings)..... | 58 |
| 4.13 | Hasil Pengujian AVE | 59 |
| 4.14 | Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium) | 60 |
| 4.15 | Hasil Pengujian Composite Reliability | 60 |
| 4.16 | Nilai R ² Variabel Endogen | 61 |
| 4.17 | Hasil Pengujian Hipotesis | 63 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Judul | Halaman |
|---------------|---|----------------|
| 1.1 | Logo Maybelline | 3 |
| 1.2 | Pevita Pearce sebagai Brand Ambassador Maybelline | 4 |
| 2.1 | Kerangka Pemikiran Konseptual..... | 33 |
| 4.1 | Hasil Algoritma PLS | 55 |
| 4.2 | Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)..... | 57 |
| 4.3 | Hasil Uji Bootstrapping..... | 64 |



DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Judul | Halaman |
|----------|---------------------------------------|---------|
| 1 | Surat Permohonan Izin Penelitian..... | 73 |
| 2 | Lampiran Kuesioner..... | 74 |
| 3 | Hasil Kuesioner..... | 79 |
| 4 | Hasil Output PLS | 90 |

