

**PENGARUH KEMASAN DAN KUALITAS PRODUK SERTA
CELEBRITY ENDORSMENT TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *CLEANSING MILK*
MEREK DATGLOW SKIN
(STUDI PADA KONSUMEN DI JAKARTA)**

SKRIPSI



Nama: Anggita Wulansari

NIM 43118010420

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH KEMASAN DAN KUALITAS PRODUK SERTA
CELEBRITY ENDORSMENT TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *CLEANSING MILK*
MEREK DATGLOW SKIN
(STUDI PADA KONSUMEN DI JAKARTA)**

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 : Anggita Wulansari
NIM : 43118010420

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

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anggita Wulansari
NIM : 43118010420
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kemasan dan Kualitas Produk serta Celebrity Endorsment terhadap Keputusan Pembelian Produk Cleansing Milk Merek Datglow Skin (Studi Pada Konsumen di Jakarta)
Tanggal Sidang : 07 Maret 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yuli Harwani, M.M

UNIVERSITAS
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen
MERCU BUANA



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-03254910



Scan QR or [click here](#) to
Verification

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggita Wulansari

NIM : 43118010420

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindak plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 07 Maret 2025



Anggita Wulansari

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Kemasan , Kualitas Produk, *Celebrity Endorsment* Keputusan Pembelian produk *cleansing milk* merek Datglow Skin. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data penelitian di lakukan secara online adapun objek konsumen pada penelitian adalah konsumen yang menggunakan produk *cleansing milk* merek Datglow Skin. Data didalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada sebanyak 97 responden. Pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala *likert* yang kemudian diolah dengan alat analisis SPSS 24 dan *Smart PLS* 3.2.9. Teknik yang digunakan dalam pengujian data adalah uji instrumen dan uji hipotesis. Alasan penelitian ini dilakukukan untuk mencari tahu apakah kemasan, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *cleansing milk* Datglow Skin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. *Celebrity endorsment* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kemasan , Kualitas Produk, *Celebrity Endorsment* Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the Influence of Packaging, Product Quality, Celebrity Endorsement on Purchase Decisions for Datglow Skin brand cleansing milk products. This study uses a quantitative research method. The collection of research data was carried out online, while the consumer objects in the study were consumers who use Datglow Skin brand cleansing milk products. The data in this study were collected by distributing questionnaires to 97 respondents. The measurement in this study used a Likert scale which was then processed with SPSS 20 dan Smart PLS 3.2.9 analysis tools. The techniques used in data testing are instrument testing and hypothesis testing. The reason this research was conducted was to find out whether packaging and product quality influence the purchasing decision for Datglow Skin cleansing milk. The results of the study indicate that packaging does not have a positive effect on purchasing decisions. Product quality does not have a positive effect on purchasing decisions. Celebrity endorsement has a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Packaging, Product Quality, Celebrity Endorsment, Purchase Decision.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kemasan dan Kualitas Produk serta *Celebrity Endorsment* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Cleansing Milk* Datglow Skin, (Studi Pada Konsumen di Jakarta)”** Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan ilmu pengetahuan secara pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Ibu Dr. Yuli Harwani, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan semangat, waktu, bimbingan, pengetahuan dan nasihat yang sangat bermanfaat bagi penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama pada

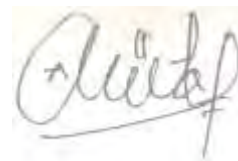
1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M. Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si.Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph., D. selaku ketua program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana. Dan selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, dan nasehat yang bermanfaat demi terselesainya skripsi ini.

4. Bapak Dr. Eri Marlapa, SE, MM. Selaku Sekretaris 1 program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Para dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami, semoga dihadapan Allah SWT menjadi amal jairiyah, Bapak/Ibu. Aamiin.
6. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan doa, semangat dan dukungan moral dan material yang tiada hentinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 7 Maret 2025



Anggita Wulansari

NIM : 43118010420

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kontribusi Penelitian	14
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 16
A. Kajian Pustaka	16
1. Pemasaran	16
2. Manajemen Pemasaran	17
3. Kemasan	20
4. Kualitas Produk	24
5. <i>Celebrity Endorser</i>	27
6. Keputusan Pembelian	30
7. Penelitian Terdahulu	34
8. Pengembangan Hipotesis	36
9. Kerangka Pemikiran	37
 BAB III METODE PENELITIAN	 40
A. Waktu dan Tempat Penelitian	40
B. Desain Penelitian	40
1. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	40
2. Populasi dan Sampel	44
3. Metode Pengumpulan Data	45
4. Metode Analisis Data	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Lokasi atau Objek Penelitian	53
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	53
1. Karakteristik Responden	53
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	54
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	55
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
6. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	56
C. Deskripsi Variabel	57
1. Variabel Kemasan Produk	57
2. Variabel Kualitas Produk	58
3. Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	60
4. Variabel Keputusan Pembelian	61
D. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)	62
1. Model Pengukuran (<i>Outer model</i>)	63
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	70
E. Pembahasan	74
1. Pengaruh kemasan produk terhadap keputusan pembelian	74
2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	75
3. Pengaruh <i>celebrity endorsement</i> terhadap keputusan pembelian	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	78
1. Bagi Perusahaan	79
2. Bagi Penelitian Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan Produk Cleansing Milk Datglow Skin Periode November 2022 – September 2023	7
1.2	Hasil <i>Pra-survey</i>	12
2.2	Penelitian Terdahulu	19
3.1	Definisi Operasional Variabel	28
3.2	Instrumen Skala <i>Likert</i>	30
4. 1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	40
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	41
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	42
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kemasan Produk	43
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	44
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	45
4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	46
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	49
4.11	Nilai <i>Cross Loading</i>	51
4.12	<i>The Fornell-Larcker Criterion</i>	52
4.13	Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	53
4.14	<i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	54
4.15	Hasil Uji <i>R Square</i>	55
4.16	<i>Goodness of Fit Model</i>	56
4.17	Hasil Uji Hipotesis	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Pendapatan pada Pasar Produk Kecantikan di Indonesia (2014 2027)	5
1.2	Pengaruh Masyarakat Dalam Memilih Produk Kecantikan	10
2.1	Model Sederhana Proses Pemasaran	3
2.2	Proses Keputusan Pembelian	18
2.3	Kerangka Penelitian	23
4.1	Hasil Uji Algoritma PLS	49
4.2	Hasil Uji <i>Bootspping</i>	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	70
2	Hasil Kuesiner	76
3	Hasil Output SPSS	89
4	<i>Outer Model & Inner Model</i>	92

