

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

(Studi Pada *Skincare Somethinc*)

SKRIPSI



Nama : Christalia Fabiola

NIM : 43121010012

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN *CELEBRITY*
ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada *Skincare* Somethinc)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Managemen

Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama : Christalia Fabiola

NIM : 43121010012

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

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Christalia Fabiola

NIM : 43121010012

Program Studi : S-1 Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan). Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Juli 2025



Christalia Fabiola
43121010012

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Christalia Fabiola
NIM : 43121010012
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Skincare Somethinc)
Tanggal Sidang : 15 Juli 2025

Disahkan oleh :

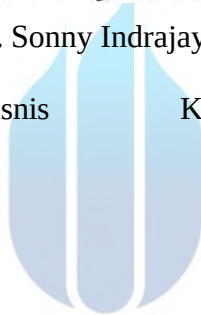
Pembimbing



Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA E R S I T A Dudi Permana, Ph.D

MERCU BUANA

LPTA-07255206



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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengevaluasi dampak kualitas produk, citra merek, dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian *skincare* Somethinc. Pemakai produk di wilayah Bekasi adalah objek dari penelitian ini. Penyusunan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan perolehan sampel menggunakan *purposive sampling* sebanyak 160 responden. Data dalam penelitian itu dikumpulkan melalui metode survei, dengan instrumen kuesioner. Pengolahan data dilakukan menggunakan *partial least square* (PLS) melalui *software statistic* SmartPLS 3.0 dan *structural equation modeling* (SEM) digunakan sebagai metode analisis. Temuan penelitian ini mengindikasikan mutu produk berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, persepsi terhadap merek juga berkontribusi secara positif dan signifikan dalam menentukan pilihan konsumen. Kehadiran *celebrity endorser* turut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The purpose of this study is to evaluate the impact of product quality, brand image, and celebrity endorsers on purchasing decisions for Somethinc skincare products. Users of the product in the Bekasi area serve as the subjects of this research. The study was conducted using a quantitative method, with a sample of 160 respondents selected through purposive sampling. Data for the research were collected through a survey method, using a questionnaire as the instrument. Data processing was carried out using Partial Least Squares (PLS) through the statistical software SmartPLS 3.0, and Structural Equation Modeling (SEM) was employed as the analytical method. The findings of this study indicate that product quality has a positive and significant impact on purchasing decisions. Furthermore, brand perception also contributes positively and significantly to consumer choice. The presence of celebrity endorsers likewise exerts a positive and significant influence on purchasing decisions.

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



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala hikmat dan berkah-Nya, penulis berhasil menyelesaikan skripsi berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Somethinc*”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Dr. H. Sonny Indrajaya, Ir. MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bantuan, saran, waktu dan dukungan yang sangat berarti bagi penulis. Penulis juga berterima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Dr. H. Sonny Indrajaya, Ir. MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu dan bimbingan yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
6. Kepada Mama, Papa, Cece Yola, Aldwin dan Mirul yang selalu memberikan doa dan dukungan emosional, serta memberikan banyak inspirasi yang tiada henti-hentinya kepada penulis. Sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada seluruh teman teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Angkatan 2021 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan keinginan dan mimpi kita.



Jakarta, 15 Juni 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Mirul', is placed over a faint rectangular stamp.

Penulis

DAFTAR ISI

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 Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	14
1. Tujuan Penelitian.....	14
2. Kontribusi Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
A. Kajian Pustaka	16
1. Manajemen Pemasaran.....	16
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	16
2. Perilaku Konsumen	17
a. Pengertian Perilaku Konsumen	17
b. Faktor-Faktor Perilaku Konsumen	18
3. Teori S-O-R.....	19
a. Pengertian Teori S-O-R	19
4. Kualitas Produk.....	20
a. Pengertian Kualitas Produk	20
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	20
c. Dimensi Kualitas Produk.....	22
d. Indikator Kualitas Produk	23
5. Citra Merek	23
a. Pengertian Citra Merek	23
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	24
c. Dimensi Citra Merek	25
d. Indikator Citra Merek	26
6. Celebrity Endorser	26
a. Pengertian Celebrity Endorser.....	26
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Celebrity Endorser.....	27
c. Dimensi Celebrity Endorser	29
d. Indikator Celebrity Endorser	30
7. Keputusan Pembelian.....	31
a. Pengertian Keputusan Pembelian	31
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	31
c. Dimensi Keputusan Pembelian	32

d. Indikator Keputusan Pembelian	33
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Pengembangan Hipotesis	44
D. Rerangka Pemikiran.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	48
B. Desain Penelitian	49
C. Definisi dan Operasional Variabel	49
1. Pengertian Variabel	49
a. Variabel Independen	49
b. Variabel Dependen	51
2. Operasional Variabel	51
D. Skala Pengukuran Variabel	53
E. Populasi dan Sampel	53
1. Populasi Penelitian	53
2. Sampel Penelitian.....	54
F. Teknik Pengumpulan Data.....	54
G. Metode Analisis	55
1. Analisis Deskriptif	55
2. Analisis Partial Least Square	55
a. Pengertian Partial Least Square.....	55
b. Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	56
c. Menguji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Analisis Deskriptif	60
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	60
2. Deskripsi Responden.....	61
3. Deskripsi Variabel	63
B. Analisis Partial Least Square (PLS).....	71
1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	71
2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	76
C. Pembahasan Hasil Penelitian	80
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	80
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	82
3. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian...	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	86
A. Simpulan	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Peringkat <i>Brand Skincare</i> Berdasarkan Kompas	4
1.2	Pra Survei Penelitian	11
2.1	Penelitian Terdahulu	34
3.1	Operasional Variabel Penelitian.....	51
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.4	Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	63
4.5	Hasil Deskripsi Variabel Citra Merek.....	65
4.6	Hasil Deskripsi Variabel Celebrity Endorser.....	67
4.7	Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	69
4.8	<i>Convergent Validity</i>	72
4.9	<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	73
4.10	<i>Cross Loadings</i>	74
4.11	Average Variance Extracted (AVE).....	75
4.12	Cronbach's Alpha & Composite Reliability.....	76
4.13	R-Square.....	77
4.14	F-Square.....	78
4.15	Q ² Predictive Relevance.....	78
4.16	Uji Hipotesis.....	79

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Kategori Produk FMCG Berdasarkan Pangsa Pasar di <i>E-Commerce</i>	2
1.2	Posisi Top Brand dengan Data Penjualan yang Konsisten	3
1.3	Grafik Minat Produk <i>Skincare</i> Somethinc 5 Tahun Terakhir	5
1.4	Han So Hee sebagai Duta Kecantikan Somethinc	6
2.1	Rerangka Pemikiran	47
4.1	Algortihm PLS.....	71
4.2	<i>Bootstrapping</i>	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian.....	93
2	Hasil Kuesioner.....	99
3	Hasil Pengolahan Data.....	111

