

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SCARLETT WHITENING BODY LOTION DI JABODETABEK**

SKRIPSI



Nama : Hana Paskariyani

NIM 43122120069

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SCARLETT WHITENING BODY LOTION DI JABODETABEK**

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



Nama : Hana Paskariyani

NIM 43122120069

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hana Paskariyani

NIM : 43122120069

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri apabila mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya akan mencantumkan 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.

Jakarta, 28 Juli 2025



Hana Paskariyani-

NIM 43122120069

LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No. Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : HANA PASKARIYANI
NIM : 43122120069
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING BODY LOTION DI JABODETABEK
Hasil Pengecekan Turnitin : 28%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **28%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 31 July 2025

Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

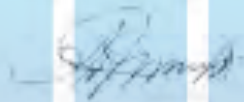
2025/Jul/31/0000000267/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Hana Paskariyani
NIM : 43122120069
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Body Lotion di Jabodetabek
Tanggal Sidang : 08 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Adi Nurmahdi, MBA

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-08255414



Scan QR or click here to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel *celebrity endorser*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening Body Lotion di Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menggunakan Scarlett Whitening Body Lotion di Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 125 responden. Data dianalisis menggunakan *SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *celebrity endorser* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of celebrity endorsers, product quality, and price on purchasing decisions for Scarlett Whitening Body Lotion in Jabodetabek. This study uses an associative causality research method. The population in this study consists of all consumers who use Scarlett Whitening Body Lotion in the Jabodetabek area. The sampling technique used is non-probability sampling. The sample size used in this study was 125 respondents. Data was analyzed using SmartPLS 4.0. The results of this study show that a celebrity endorser has a not positive and insignificant influence on purchasing decisions. Product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions. Price has a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Celebrity Endorser, Product Quality, Price, Purchase Decision.



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Body Lotion”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Banyak kendala yang dihadapi peneliti dalam penyusunan skripsi ini, hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Adi Nurmahdi, MBA selaku dosen pembimbing yang telah membimbing serta mengarahkan peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi terutama kepada: vi

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 Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Kedua orang tua yang peneliti cintai dan juga sayangi, yang dengan rasa cinta serta kasih sayangnya secara tulus telah mengurus, membesarkan, mendukung peneliti hingga saat ini serta selalu memberikan semangat dan juga doa yang tiada henti kepada peneliti.
5. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Aditya Naufal, SE yang telah menjadi bagian dari proses perjalanan penulis menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaganya waktu, menemani, mendukung serta menghibur penulis dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.

6. Seluruh teman-teman dan kerabat Prodi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana serta saudara kandung peneliti yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada rekan kerja p

7. eneliti PT Bintang Komunikasi Utama khususnya Grup Lemonian yang telah membantu serta mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh responden yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membantu dalam mengisi kuesioner penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa sebagai individu yang terbatas, penelitian ini mungkin memiliki kelemahan dan kekurangan karena keterbatasan dalam keahlian dan wawasan peneliti. Oleh karena itu, peneliti sangat menghargai setiap kritik, masukan serta saran dari para pembaca. Peneliti juga meminta maaf atas segala kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Peneliti juga berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi peneliti dan pembaca.

Jakarta, 28 Juli 2025



Hana Paskariyani

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kontribusi Penelitian	15
1. Kontribusi Praktis	15
2. Kontribusi Teoritis	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
A. Kajian Pustaka	16
1. Manajemen Pemasaran	16
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	16
b. Fungsi Manajemen Pemasaran	17
2. Perilaku Konsumen	19
a. Pengertian Perilaku Konsumen	19
b. Karakteristik Perilaku Konsumen	20
3. Keputusan Pembelian	23
a. Pengertian Keputusan Pembelian	23

b. Proses Keputusan Pembelian	24
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	29
d. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	30
4. <i>Celebrity Endorser</i>	31
a. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	31
b. Dimensi dan Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	33
c. Faktor Pemilihan <i>Celebrity Endorser</i>	34
5. Kualitas Produk	35
a. Pengertian Kualitas Produk	35
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	36
6. Harga	38
a. Pengertian Harga	38
b. Strategi Penetapan Harga	39
c. Dimensi dan Indikator Harga	40
7. Penelitian Terdahulu	42
B. Pengembangan Hipotesis	52
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian	52
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	52
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	53
C. Kerangka Pemikiran	54

BAB III METODE PENELITIAN 56

A. Waktu dan Tempat Penelitian	56
B. Desain Penelitian	56
C. Definisi dan Operasional Variabel	57
1. Variabel Terikat atau Variabel Dependen (Y)	57
a. Keputusan Pembelian (Y)	57
2. Variabel Bebas atau Variabel Independen (X)	57
a. <i>Celebrity Endorser</i> (X1)	58
b. Kualitas Produk (X2)	58
c. Harga (X3)	58
D. Skala Pengukuran Variabel	61
E. Populasi dan Sampel Penelitian	62
1. Populasi	62

2. Sampel	62
F. Metodologi Pengumpulan Data	63
G. Metode Analisis Data	63
1. Analisis Deskriptif	63
a. Deskripsi Responden	63
b. Deskripsi Jawaban Responden atau Kuesioner	64
2. Uji Instrumen	64
a. Uji Validitas	64
b. Uji Reliabilitas	64
3. Analisis Partial Least Square (PLS)	65
a. Evaluasi Measurement Model (<i>Outer Model</i>)	66
b. Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	69
B. Statistik Deskriptif	71
1. Karakteristik Profil Responden	71
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	72
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	73
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	74
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili	75
2. Deskripsi Variabel	75
a. Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	75
b. Variabel Kualitas Produk	76
c. Variabel Harga	77
d. Kualitas Keputusan Pembelian	78
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	78
1. Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	79
a. <i>Convergent Validity</i>	80
b. <i>Discriminant Validity</i>	82
c. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's's Alpha</i>	84
2. Hasil Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	85
a. <i>R-Square</i> (R^2)	85

b. <i>Q-Square Predictive Relevance</i>	85
c. Pengujian Hipotesis (<i>Resampling Bootstrap</i>)	86
D. Pembahasan Hasil Penelitian	89
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian	89
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	89
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92
1. Saran untuk Scarlett Whitening Body Lotion	92
2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	98



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Pra Survei	10
2. 1	Penelitian Terdahulu	42
3. 1	Operasional Variabel	59
3. 2	Skala <i>Likert</i>	62
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	73
4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	74
4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	75
4. 6	Deskripsi Jawaban Responden <i>Celebrity Endorser</i>	75
4. 7	Deskripsi Jawaban Responden Kualitas Produk	76
4. 8	Deskripsi Jawaban Responden Harga	77
4. 9	Deskripsi Jawaban Responden Keputusan Pembelian	78
4. 10	Nilai <i>Loading Factor</i> dari setiap Variabel dan Konstruk Model Penelitian	81
4. 11	Nilai <i>Loading Factor</i> dari setiap Variabel	82
4. 12	AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	83
4. 13	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	84
4. 14	Nilai <i>R-Square</i>	85
4. 15	<i>Q-Square Predictive Relevance</i>	86
4. 16	Nilai <i>Path Coefficients</i> , <i>T-Statistic</i> dan <i>P-Values</i>	87

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	<i>Market Share Lotion</i> di Indonesia Periode 2023	7
2. 1	Fungsi Manajemen Pemasaran	18
2. 2	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	24
2. 3	Kerangka Pemikiran	54
4. 1	Hasil Algoritma SmartPLS 4.0	80
4. 2	Hasil <i>Bootstrapping</i> SmartPLS 4.0	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	98
2	Identitas Responden	99
3	Hasil Responden	105
4	Karakteristik Responden SPSS	121
5	Deskripsi Variabel SPSS	123
6	<i>Output</i> Smart PLS	125

