

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP**

**KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT**

(Survei Pada Masyarakat di Kabupaten Kuningan )

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

**YUAN DINDA**

**20200510213**



**PROGRAM STUDY MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KUNINGAN**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT**

(Survei Pada Masyarakat di Kabupaten Kuningan )

Disusun Oleh:

**YUAN DINDA**

**20200510213**

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 15 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.


**Susunan Dewan Penguji,**


Penguji I,

Penguji II,

Penguji III,

  
Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si.  
NIK.41038971055

  
Fahmi Yusuf, S.Kom., M.M.S.I., Ph.D  
NIK.41038021124

  
Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.  
NIK 410106910232

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT**

(Survei Pada Masyarakat di Kabupaten Kuningan )

Disusun Oleh :

**YUAN DINDA**

**20200510213**

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juli 2024

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



  
**Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M**  
**NIK. 410106910232**

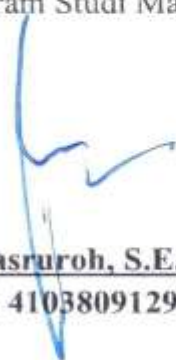
  
**Winda Oktaviani, S.E., M.M**  
**NIK. 410108880250**

*Mengetahui*

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepala Program Studi Manajemen

  
  
**Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si**  
**NIK. 41038971054**

  
**Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy**  
**NIK. 41038091296**

## PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett. (Survei Pada Masyarakat di Kabupaten Kuningan ) ini beserta seluruh isinya benar-benar karya saya sendiri, dan tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Yuan dinda

20200510213

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Ketika seseorang membicarakan saya di belakang, itu karena saya berada jauh di  
depan mereka.”

### **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah segala puji saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya yang tidak terhitung banyaknya. Atas izin-Nya telah memperkenankan penulis sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Walaupun jauh dari kata sempurna, penulis bersyukur telah mencapai titik ini, yang akhirnya skripsi ini dapat selesai juga.

Dengan tulus dan rasa syukur, saya mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya yaitu ayahanda Yudi dan ibunda Elis, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi dalam setiap langkah perjalanan hidup saya, berkat merekalah saya berada dititik yang saya mimpikan untuk ke depannya bisa menunjang mimpi – mimpi saya yang lainnya, untuk itu temani saya menggapai mimpi – mimpi saya yang lainnya dengan motivasi serta do’a yang tiada hentinya.

## ABSTRAK

**Yuan Dinda, 20200510213. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Masyarakat di Kabupaten Kuningan ) Di bimbing oleh : Wely Hadi Gunawan, SE., M.M dan Winda Oktaviani, SE., M.M**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. (2) Pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian. (3) Pengaruh *brand image* keputusan pembelian. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini masyarakat di kabupaten kuningan yang jumlahnya tidak diketahui. Pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel. Teknik pengambilan sampel yaitu teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebar kuesioner dan pengukurannya menggunakan skala interval. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda yang dibantu dengan *software* IBM SPSS versi 25. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa (1) Penelitian ini menunjukkan bahwa *celebrity endorser* dan *brand image* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (2) *Celebrity endorser* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (3) *Brand Image* berpengaruh terhadap minat beli.

**Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian**

## ***ABSTRACT***

**Yuan Dinda, 20200510213. *The Influence of Celebrity Endorser and Brand Image on Purchasing Decisions (Survey of the community in Kuningan Regency)* Supervised by: Wely Hadi Gunawan, SE., M.M and Winda Oktaviani, SE., M.M**

*The purpose of this research is to determine (1) the influence of celebrity endorsements and brand image on purchasing decisions. (2) The influence of celebrity endorsers on purchasing decisions. (3) Influence of brand image on purchasing decisions. The method used is a quantitative method using descriptive analysis. The population in this study is that the number of people in Kuningan Regency is unknown. Sampling used the Lemeshow formula with a sample size of 100 samples. The sampling technique is purposive sampling technique. The data collection technique used in this research is by distributing questionnaires and measuring them using an interval scale. Data analysis uses multiple linear regression analysis assisted by IBM SPSS version 25 software. Based on research that has been conducted, it shows that (1) This research shows that celebrity endorsers and brand image simultaneously influence purchasing decisions (2) Celebrity endorsers influence purchasing decisions. . (3) Brand Image influences purchasing interest.*

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

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, nikmat Islam, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal dengan judul **“Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett”**.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Kuningan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan proposal ini karena keterbatasan pengetahuan, wawasan dan referensi yang penulis miliki. Oleh sebab itu, penulis mohon maaf apabila masih ada kesalahan maupun kekurangan. Dan penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun untuk menunjang kesempurnaan dalam penyusunan penelitian ini.

Demikian penulis sampaikan, mudah-mudahan skripsi ini berguna bagi para pembaca dari pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Kuningan, Juni 2024

Penulis,

Yuan Dinda  
20200510213



## UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett.” (Survei Pada Masyarakat di Kabupaten Kuningan).

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.
2. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
3. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy. selaku Kepala Program Studi Manajemen.
4. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy. selaku pembimbing akademik
5. Bapak Bapak Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Winda Oktoviani, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Allah SWT yang telah mempermudah penulis dalam melakukan segala hal dan selalu mendampingi penulis dalam setiap proses.

8. Kepada ayahanda Yudi dan ibunda Elis selaku orang tua saya, saya ucapkan terima kasih sebesar – besarnya atas segala upaya dan kerja kerasnya yang telah dilakukan untuk saya, tentunya apapun pencapaian saya ke depannya, juga saya persembahkan untuk kedua orang tua saya.
9. Dwi Tifanilah selaku adik perempuan saya satu – satunya, terima kasih sudah menjadi salah satu tempat saya bercerita tentang segala hal yang saya alami termasuk dalam penulisan skripsi ini.
10. Keluarga besar ayah dan ibu saya ucapkan terima kasih juga atas dukungan dan doa – doa baiknya untuk saya.
11. Kepada pemilik NIM 20200510409 selaku orang lama yang menemani saya hingga saat ini, saya ucapkan terima kasih tetap berdiri di samping saya dan selalu berusaha melakukan yang terbaik untuk saya hingga saat ini salah satunya dalam penulisan skripsi ini, kamu adalah definisi pulang bagi saya.
12. Kepada Clarisa, Evita, Windy, Violita selaku teman sejawat saya ucapkan terima karena selalu mendukung hingga mendoakan hal hal baik untuk saya dalam menjalani masa perkuliahan ini.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>PERNYATAAN OTENTISITAS</b>	
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b> .....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	10
2.1.3 <i>Celebrity Endorser</i> .....	15
2.1.4 Brand Image .....	20
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.2.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.2.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	26
2.2.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3 Penelitian Terdahulu.....	28
2.4 Kerangka pemikiran .....	32
2.5 Hipotesis .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	35
3.1 Metode Penelitian.....	35
3.2 Operasional Variabel .....	35

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	37
3.3.1 Populasi .....	37
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan.....	38
3.4.1 Data .....	38
3.4.2 Sumber Data .....	39
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.5 Uji Instrumen .....	41
3.5.1 Uji Validitas .....	41
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.6 Metode Analisis Data .....	46
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	46
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	47
3.6.3 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	50
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
3.6.5 Uji Hipotesis.....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	54
4.1.1 Sejarah Singkat Scarlett.....	54
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden .....	55
4.1.3 Teknik Analisis Data .....	59
4.1.4 Uji Hipotesis .....	73
4.2 Pembahasan.....	76
4.2.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.2.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	77
4.2.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Scarlett Selama 4 Tahun Pada Toko Dhiva Kosmetik.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Celebrity Endorser .....	43
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Brand Image .....	44
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	45
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	57
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Celebrity Endorser ( X1 ) .....	59
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Brand Image.....	62
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian ( Y ) .....	65
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas .....	69
Tabel 4. 10 Hasil Uji heterokedastisitas .....	70
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Koefisien Determinan ( R2 ) .....	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji F ( Simultan ) .....	74
Tabel 4. 14 Uji T ( Parsial ).....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data 10 Brand Skincare terlaris di E- Commers .....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	33
Gambar 3. 1 Diagram Skala .....	41
Gambar 4. 1 Logo Scarlett .....	54
Gambar 4. 2 Kategori variabel Celebrity Endorser .....	61
Gambar 4. 3 Kategori variabel Brand Image.....	64
Gambar 4. 4 Kategori variabel Keputusan pembelian .....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan

    Berita Acara Bimbingan

Lampiran II : Kuesioner Penelitian

Lampiran III : Data Hasil Kuesioner

Lampiran IV : *Output* Hasil Perhitungan SPSS Versi 25

Lampiran V : Tabel r

    Tabel t

    Tabel F