

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN *CELEBRITY*

***ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI SEPATU CASUAL 3SECOND**

(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun oleh :

TEDI SETIADI

20200510409



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN *CELEBRITY*
ENDORSER TERHADAP MINAT BELI SEPATU CASUAL 3SECOND**

(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

TEDI SETIADI

20200510409

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 20 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,



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

Penguji II,



Wachjuni, S.E., M.M.
NIK. 410106710221

Penguji III,



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

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN *CELEBRITY*
ENDORSER TERHADAP MINAT BELI SEPATU CASUAL 3SECOND**

(Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

TEDI SETIADI

20200510409

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juli 2024

Dosen Pembimbing I,



Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M
NIK. 410381114000

Dosen Pembimbing II,



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

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

Kepala Program Studi Manajemen



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

PERNYATAAN OTENTISITAS

*Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ Pengaruh kualitas produk Citra Merek Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Sepatu Casual 3Second.” (Studi Kasus Pada Masyarakat 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,



METERAI
TEMPEL
989BAALX304938846

Tedi Setiadi

20200510409

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan .”

(Q.S Al – Insyirah : 5-6)

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.

Skripsi ini penulis persembahkan secara khusus kepada orang tua penulis. Kepada yang teristimewa Ayahanda Dedi Jumadi dan Ibunda Nani yang darahnya mengalir dalam diri saya. Yang dengan sabar membesarkan putra-Nya, yang selalu melangitkan doa-doa baik untuk penulis. Mereka memang tidak menyelesaikan pendidikan di bangku perkuliahan. Namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, dan memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan skripsinya. Saya sangat mencintai dan menyayangi kalian. Tolong hidup lebih lama di dunia ini, dan izinkan saya untuk mengabdikan dan membalas segala pengorbanan yang kalian lakukan selama ini. Terima kasih sudah mendidik penulis dengan penuh kasih dan sayang dari kecil hingga saat ini, doa dan keikhlasan dari kalian akan selalu mengantarkan penulis mewujudkan impiannya.

ABSTRAK

Tedi Setiadi, 20200510409. Pengaruh Kualitas Produk Citra Merek dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Sepatu Casual 3Second (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan). Di bimbing oleh : Dr. Dadang Suhardi, SE., M.M dan Wely Hadi Gunawan, SE., M.M

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Pengaruh kualitas produk citra merek dan *celebrity endorser* terhadap minat beli. (2) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli. (3) Pengaruh citra merek terhadap minat beli. (4) Pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini masyarakat kabupaten Kuningan yang jumlahnya tidak diketahui. Pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel. Teknik pengambilan sampel yaitu teknik *random 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) Kualitas produk citra merek dan *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (3) Citra merek negatif atau tidak berpengaruh terhadap minat beli. (4) *Celebrity endorser* negatif atau tidak berpengaruh terhadap minat beli.

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

ABSTRACT

Tedi Setiadi, 20200510409. *The Influence of Product Quality, Brand Image and Celebrity Endorser on Interest in Buying 3Second Casual Shoes (Survei in the Kuningan Regency Community)*. Supervised by: Dr. Dadang Suhardi, SE., M.M and Wely Hadi Gunawan, SE., M.M

The purpose of this study was to determine (1) The effect of product quality, brand image and celebrity endorser on buying interest. (2) The effect of product quality on buying interest. (3) The influence of brand image on buying interest. (4) The influence of celebrity endorsers on buying interest. The method used was a quantitative method using descriptive analysis. The population in this study is the unknown people of Kuningan district. The sample of this study was determined by a random sampling technique and calculated using the Lemeshow formula with the number of samples was 100 people. The data collection technique carried out in this study is by distributing questionnaires and measuring them using an interval scale. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis assisted by IBM SPSS software version 25. The test results show that (1) Product quality, brand image and celebrity endorsers have a positive and significant effect on buying interest. (2) Product quality has a positive and significant effect on buying interest. (3) Negative brand image or no effect on buying interest. (4) Celebrity endorsers are negative or have no effect on buying interest.

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, nikmat islam, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Sepatu Casual 3Second**”.

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 skripsi 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,

Tedi Setiadi
20200510409

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 kualitas produk Citra Merek Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Sepatu Casual 3Second.” (Survei Pada Masyarakat 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. Kepada kedua orang tua yang menjadi super hero serta panutan penulis ayahanda Dedi Jumadi dan pintu surga bagi penulis Ibunda Nani yang selama ini sudah ikhlas dan tulus memberikan materi, yang tak pernah lelah mendoakan dan tiada henti dalam memberikan semangat dan dukungan dalam segala hal untuk menyelesaikan pendidikan sampai penyusunan skripsi ini selesai.
2. Kepada Bapak Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Bapak Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada saudaraku Adik Puspasari dan Kakak Nandi Kurniawan terima kasih telah menjadi motivasi untuk penulis dan selalu mendukung setiap

apa yang penulis lakukan.

5. Nona pemilik NIM 20200510213 yang telah bersama-sama dengan penulis selama kurang lebih 7 tahun, terima kasih telah melewatkan banyak hari yang tak mudah dan telah banyak berkontribusi serta senantiasa sabar menghadapi sikap penulis selama proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi rumah yang tak hanya berupa tanah dan bangunan. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga sekarang ini. Tetaplah bersama dan tidak tunduk pada apa-apa serta memiliki jalan pemikiran yang jarang dimiliki oleh manusia lain.
6. Kepada Bapak Ilham Akbar, S.E., M.Si. selaku pembimbing akademik
7. Kepada Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy. selaku Kepala Program Studi Manajemen.
8. Kepada Ibu Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
9. Kepada Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.
10. Kepada keluarga besar Warung JM terima kasih telah menjadi bagian dari keluarga penulis segala keluh kesah yang ada di dalamnya selalu menjadi motivasi dan penghibur penulis dalam setiap harinya. Terima kasih dan selalu menjadi keluarga yang terus mempererat kekeluargaan dan selalu menjadi keluarga yang baik buat kita yang berada di dalamnya.

11. Kepada rekan-rekan Manajemen B yang telah berjuang bersama-sama menyelesaikan studi ini dari awal hingga selesai.
12. Kepada sahabat saya Ilham Juang Pratama dan Abryan Maulana yang telah banyak membantu dan menemani dalam proses penyelesaian kuliah selama ini. Terima kasih atas segala bantuan dan kebaikan yang di berikan kepada penulis.
13. Kepada Lucky Maulana Akbar sahabat saya di SMK hingga saat ini terima kasih, yang selalu menjadi tempat suka dan duka untuk penulis meluangkan rasa emosionalnya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	i
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR, DAN HIPOTESIS	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Pemasaran dan Manajemen pemasaran	15
2.1.2 Minat Beli	16
2.1.3 Kualitas Produk	19
2.1.4 Citra Merek.....	26
2.1.5 Celebrity Endorser	30
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	35
2.3 Penelitian Terdahulu.....	38
2.4 Kerangka Pemikiran	42
2.5 Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Metode Penelitian	45
3.2 Operasional Variabel	46
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	48

3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data	50
3.5 Uji Instrumen Data	52
3.6 Metode Analisis Data	57
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	57
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	59
3.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	60
3.6.4 Analisis Regresi Berganda.....	61
3.6.5 Pengujian Hipotesis	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Hasil Penelitian.....	65
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden.....	67
4.1.3 Teknik Analisis Data	71
4.1.4 Uji Hipotesis	90
4.2 Pembahasan	92
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Citra Merek dan <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli.....	93
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	94
4.2.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	94
4.2.4 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan	4
Tabel 1. 2 Research Gap.....	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas variabel Kualitas Produk	53
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas variabel Cita Merek.....	54
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas variabel <i>Celebrity Endorser</i>	55
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas variabel Minat Beli.....	56
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	67
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	68
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	69
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	70
Tabel 4. 5 Hasil analisis deskriptif kualitas produk	71
Tabel 4. 6 Hasil analisis deskriptif citra merek	74
Tabel 4. 7 Hasil analisis deskriptif <i>celebrity endorser</i>	77
Tabel 4. 8 Hasil analisis deskriptif minat beli.....	80
Tabel 4. 9 Hasil uji normalitas	84
Tabel 4. 10 Hasil uji multikolinearitas	85
Tabel 4. 11 Hasil uji heterokedastisitas.....	86
Tabel 4. 12 Hasil analisis regresi linear berganda.....	87
Tabel 4. 13 Hasil analisis koefisien determinan (R ²)	89
Tabel 4. 14 Hasil uji f (simultan)	90
Tabel 4. 15 Hasil uji t (parsial).....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Di Yogya Cijoho, Kuningan	5
Gambar 1. 2 Hasil Pra-survei mengenai minat beli produk dari Sepatu casual 3Second.....	6
Gambar 1. 3 Hasil Pra-survei mengenai kualitas produk dari sepatu casual 3Second.....	7
Gambar 1. 4 Hasil Pra-survei mengenai citra merek dari sepatu casual 3Second	8
Gambar 1. 5 Hasil Pra survei mengenai <i>celebrity endorser</i> dari sepatu casual 3Second.....	9
Gambar 2. 1 Paradigma penelitian	44
Gambar 3. 1 Diagram skala.....	51
Gambar 4. 1 Kategori variabel kualitas produk	74
Gambar 4. 2 Kategori variabel citra merek.....	77
Gambar 4. 3 Kategori variabel <i>celebrity endorser</i>	80
Gambar 4. 4 Kategori variabel minat beli.....	83

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