

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FACIAL WASH*
POND'S**

(Survey pada Konsumen Pond's di Kecamatan Talaga)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen



Disusun oleh

INE SRI MULYAWATI

20210510091

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FACIAL WASH* POND'S

(Survey pada Konsumen Pond's di Kecamatan Talaga)

Disusun Oleh :

INE SRI MULYAWATI

20210510091

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 1 Oktober 2025 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,



Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si
NIK. 4103897055

Penguji II,



Dr. Tatang Rois, S.E., M.Si
NIK. 41038091295

Penguji III,



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

LEMBAR PERSETUJUAN

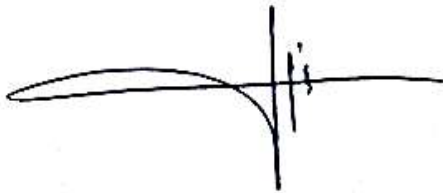
PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FACIALWASH* POND'S

(Survey pada Konsumen Pond's di Kecamatan Talaga)

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

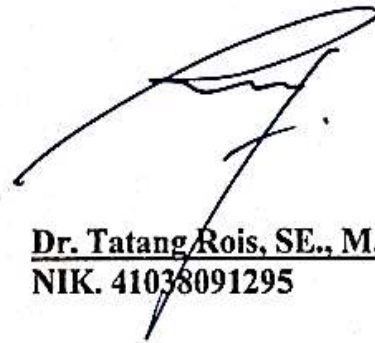
Kuningan, September 2025

Pembimbing I,



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

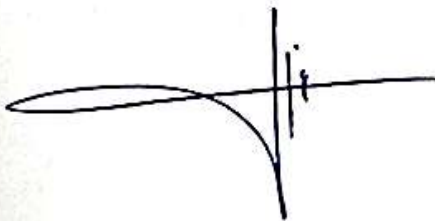
Pembimbing II,



Dr. Tatang Rois, SE., M.Si
NIK. 41038091295

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., ME. Sy
NIK. 41038091296

LEMBAR PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Facial Wash Pond's (Survey pada Konsumen Pond's di Kecamatan Talaga)*." Skripsi ini merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana di Universitas Kuningan. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah karya saya sendiri dan bukan duplikasi atau karya orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang telah dirujuk serta disebut dalam daftar pustaka. Apabila lain waktu terbukti adanya penyimpangan karya dalam penulisan ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



1000
Rp
METERAI
TEMPEL
6CAB0ANX245132226
Sri Mulyawati

20210510091

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Al Baqarah 286)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah:5)

“Orang lain gak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories* nya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun gak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Jadi tetap berjuang ya”

“Pada akhirnya ini semua hanya permulaan”

(NADIN AMIZAH)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa bangga dan bahagia, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada kedua orang tua, orang terkasih, sahabat, teman-teman, serta keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan untuk saya, baik itu secara moril maupun materil. Atas jasa-jasa kalian semua, saya ucapkan Terimakasih.

ABSTRAK

Ine Sri Mulyawati. 20210510091. 2025. “Pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Facial Wash Pond’s* (Survey pada Konsumen *Pond’s* di Kecamatan Talaga)”. Skripsi. Program Studi Manajemen. Universitas Kuningan. Pembimbing Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si dan Tatang Rois, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Facial Wash Pond’s*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden yang terdiri dari konsumen *Facial Wash Pond’s* di Kecamatan Talaga, Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan metode purposive sampling, jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 160 orang. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis menggunakan program SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk dan *Brand Image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Facial Wash Pond’s*. 2) *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Facial Wash Pond’s*. 3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Facial Wash Pond’s*. 4) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Facial Wash Pond’s*.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Ine Sri Mulyawati. 20210510091. 2025. "The Influence of Celebrity Endorser, Product Quality and Brand Image on Purchasing Decision of Pond's Facial Wash (Survey on Pond's Consumers in Talaga District)". Thesis. Management Study Program. Kuningan University. Advisors Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si and Tatang Rois, S.E., M.Si.

This study aims to determine the effect of Celebrity Endorser, Product Quality, and Brand Image on Purchasing Decisions for Pond's Facial Wash. This study uses a descriptive method with a quantitative approach. The data collection technique uses a questionnaire distributed to respondents consisting of consumers of Pond's Facial Wash in Talaga District. The sample of this study was taken using the purposive sampling method, the number of respondents who participated in this study was 160 people. Data analysis uses descriptive analysis, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing using the SPSS 26 program. The results of the study show that: 1) Celebrity Endorser, Product Quality and Brand Image simultaneously have a positive and significant effect on Purchasing Decisions for Pond's Facial Wash. 2) Celebrity Endorser has a positive and significant effect on Purchasing Decisions for Pond's Facial Wash. 3) Product Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions for Pond's Facial Wash. 4) Brand Image has a positive and significant effect on Purchasing Decisions for Pond's Facial Wash.

Keywords: Celebrity Endorser, Product Quality, Brand Image and Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini dengan mengangkat judul **“Pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen Pond’s di Kecamatan Talaga)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Penulis telah berupaya secara maksimal untuk menyusun skripsi ini dengan baik, namun tidak menutup kemungkinan dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Kuningan, 14 Maret 2025
Penulis,

Ine Sri Mulyawati
20210510091

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan waktu yang ditetapkan. Pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Kedua orang tua tersayang, bapak Memen dan mama Beti, terimakasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan, meskipun bapak dan mama tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, dan selalu memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial.
2. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing 1 dan dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.
3. Dr. Tatang Rois, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan ilmu, arahan dan saran selama penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Dr. Ayus Ahmad Yusuf, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis semasa proses perkuliahan.
5. Prof Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan yang telah memberikan kesempatan penulis dalam menimba ilmu.
6. Enung Nurhayati, S.E., M.Si., Ak., CA selaku wakil dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M wakil dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan
8. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy selaku kepala program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

9. Seluruh keluarga besar yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan dukungan, bantuan dan doa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Teruntuk sahabat sahabat tercinta, (**Vinada Sri Tinurda, Wintri Astuti, Dinda Oktaviani, Evi Andriyani Sundari, Anisha Angelina Fitriani, Tria Nur Amelia dan Lucki Diani Lestifa**) terimakasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. Terimakasih selalu menjadi garda terdepan di masa-masa sulit penulis. *see you on top guys*.
11. Teruntuk Sahabat SMA (**Nisa Yaslih Rofah Fahomah, S.Pd dan Anggin Meylani, S.T**) terimakasih sudah tetap ada hingga hari ini dan terimakasih atas tawa, dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
12. Kepada orang tersayang yang penulis tidak bisa sebutkan namanya, terimakasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka, selama proses penyelesaian skripsi ini. Terimakasih atas semua hal baik yang diberikan selama ini.
13. Terakhir, untuk diri saya sendiri, terimakasih atas segala kerja keras, dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. terimakasih pada hati yang masih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, termasuk dapat menjadi bahan masukan dalam dunia Pendidikan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS	
.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.2 Keputusan Pembelian	12
2.1.3 <i>Celebrity Endorser</i>	20
2.1.4 Kualitas Produk	24
2.1.5 <i>Brand Image</i>	29
2.1.6 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.1.7 Penelitian Terdahulu	36
2.2 Kerangka Berpikir.....	39
2.3 Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Metode Yang Digunakan.....	41
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	41
3.3 Populasi dan Sampel.....	44

3.3.1	Populasi	44
3.3.2	Sampel	44
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	45
3.4.1	Sumber Data	45
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	45
3.5	Uji Instrumen	46
3.5.1	Uji Validitas	46
3.5.2	Uji Reliabilitas	49
3.6	Teknik Analisis Data	50
3.6.1	Analisis Deskriptif	50
3.7	Asumsi Klasik	51
3.7.1	Uji Normalitas	51
3.7.2	Uji Multikolinearitas	52
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	52
3.8	Analisis Statistik	53
3.8.1	Analisis Linear Berganda	53
3.8.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	53
3.8.3	Uji Hipotesis	54
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1	Hasil Penelitian	56
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	56
4.1.2	Karakteristik Responden	57
4.1.3	Teknik Analisis Data	60
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	67
4.1.5	Analisis Regresi Berganda	70
4.1.6	Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.1.7	Uji Hipotesis	72
4.2	Pembahasan	75
4.2.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> , Kualitas Produk dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	75
4.2.2	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian	75
4.2.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	77
4.2.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Tahun 2020-2024.....	2
Tabel 1.2	Pra Survey Penelitian Keputusan Pembelian Terhadap Facial Wash Pond's di Kecamatan Talaga	3
Tabel 1.3	Data Penjualan <i>Facial Wash</i> di Kecamatan Talaga Tahun 2022-2024..	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 3.2	Skala Pengukuran yang berbentuk <i>Agree-Disagree Scale</i>	46
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i>	47
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	47
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	48
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	48
Tabel 3.7	Hasil Uji Reabilitas	50
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Ditinjau dari Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Ditinjau dari Usia.....	58
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Ditinjau Dari Pekerjaan	58
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Ditinjau Dari Penghasilan.....	59
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Ditinjau dari Alamat	59
Tabel 4.6	Deskriptif Statistic Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	61
Tabel 4.7	Deskriptif Statistic Variabel Kualitas Produk.....	63
Tabel 4.8	Deskriptif Statistic Variabel <i>Brand Image</i>	64
Tabel 4.9	Deskriptif Statistic Variabel Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Berganda	70
Tabel 4.14	Hasil Koefisien Determinasi (R ²)	72
Tabel 4.15	Hasil Uji F (Simultan).....	73
Tabel 4.16	Hasil Uji T (Parsial)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	40
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	56
Gambar 4.2 Posisi Variabel Celebrity Endorser Dalam Kriterium	62
Gambar 4.3 Posisi Variabel Kualitas Produk Dalam Kriterium.....	64
Gambar 4.4 Posisi Variabel <i>Brand Image</i> Dalam Kriterium.....	66
Gambar 4.5 Posisi Variabel Keputusan Pembelian Dalam Kriterium.....	67