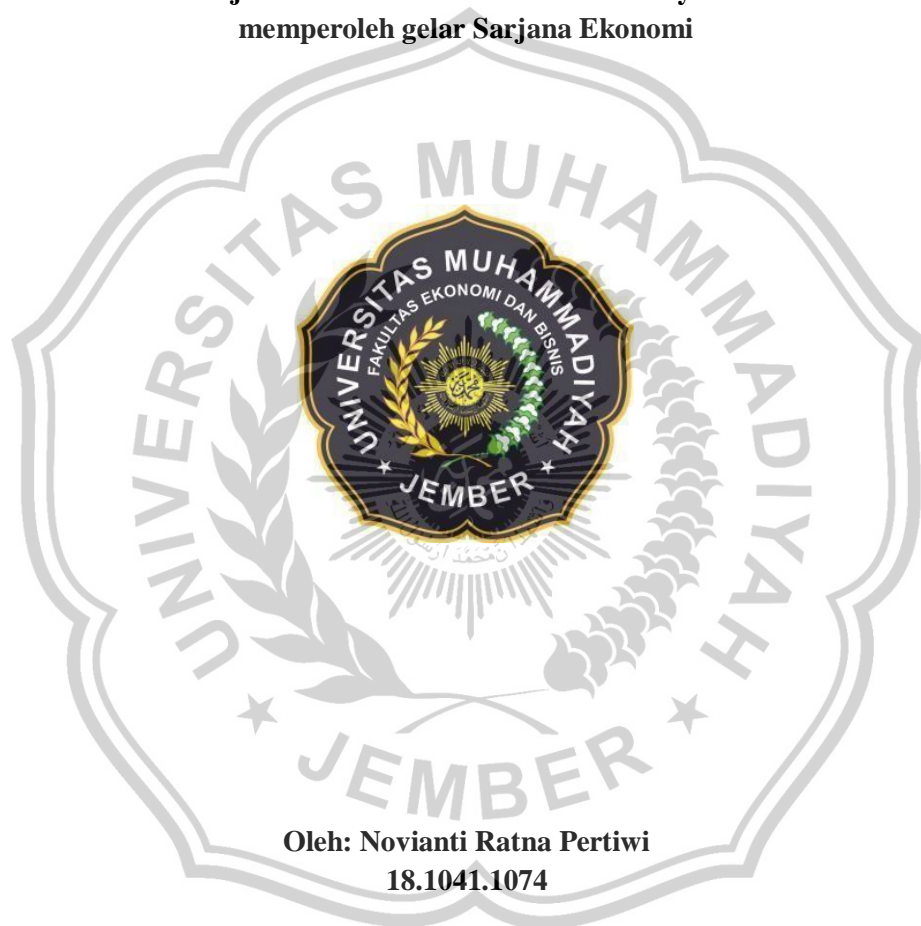


**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Empiris Pada Konsumen Produk *Scarlett Whitening* di Kota Jember)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh: Novianti Ratna Pertiwi
18.1041.1074**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Novianti Ratna Pertiwi

NIM : 1810411074

Program Studi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Empiris Pada Konsumen Produk *Scarlett Whitening* di Kota Jember; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

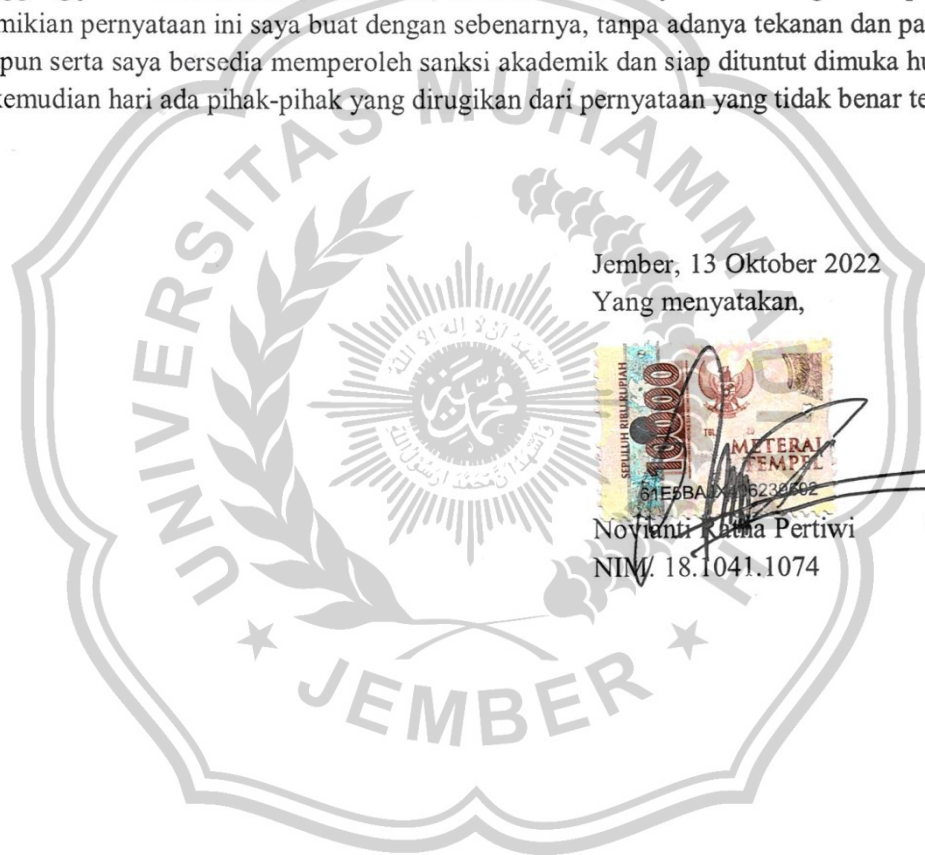
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 13 Oktober 2022

Yang menyatakan,

Novianti Ratna Pertiwi

NIM. 18.1041.1074



SKRIPSI

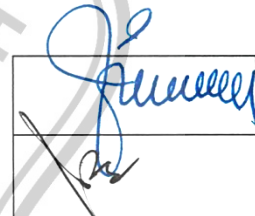
PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Empiris Pada Konsumen Produk *Scarlett Whitening* di Kota Jember)

Oleh: NOVIANTI RATNA PERTIWI
NIM. 18.1041.1074

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dra. Retno Endah Supeni, MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Dr. Haris Hermawan, SE., MM.



PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Pengaruh Celebrity Endoser, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Scarlett Whitering di Kota Jember)*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Novianti Ratna Pertiwi
Nim : 1810411074
Hari : Kamis
Tanggal : 13 Oktober 2022
Tempat : Fakultas Ekomomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji,


Bayu Wijayantini, SE., MM
NPK :1979021711009661

Anggota 1,


Dra. Retno Endah Supeni, MM
NPK :1967052219510256

Anggota 2,



Dr. Haris Hermawan, SE., MM
NPK :1968101011503640

Mengesahkan:

Dekan,


Maheni Ika Sari, SE., MM
NPK :197708112005012001

Ketua Program Studi,


Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM
NPK :1986051411703796

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Sukrianto dan Mama Suhartatik tercinta, terima kasih karena selalu memberikan ketenangan, kenyamanan, motivasi, nasihat, serta doa terbaik, dan kasih sayang yang tiada henti.
2. Saudaraku tersayang, mas Yuniar Dirgantara dan mas Bagus Julian Kristanto yang selalu memberikan semangat dan semoga kita bisa menjadi anak yang membanggakan kedua orang tua.
3. Keluarga Besar terima kasih atas doa dan dukungannya, semoga kalian semua selalu bahagia.
4. Dosen pembimbing utama Ibu Retno Endah Supeni, Dra, MM, dosen pembimbing pendamping Bapak Haris Hermawan, SE., MM, Dr dan dosen penguji Ibu Bayu Wijyantini, SE., MM yang telah membimbing saya dengan sabar dan melimpahkan segenap ilmunya kepada saya selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Sahabat- sahabat terbaikku, Widia Eka dan Cut Putri yang selalu menemani dan memberikan semangat selama ini.
6. Teman-teman organisasi Himpunan Mahasiswa Manajemen (HMM) Universitas Muhammadiyah Jember yang sudah mensupports dan memberi semangat dan saya ucapkan terima kasih telah membantu saya selama berada di pengurusan organisasi selama 1 tahun.
7. Teman-teman Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) yang sudah memberi dukungan dan suport kepada saya.
8. Teman – teman seperjuangan Prodi Manajemen 2018 terima kasih banyak bantuan dan kerja samanya selama ini dan semangat yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-temanku semua yang berada di kampus maupun diluar kampus, terimakasih sudah menjadi teman yang baik dan semoga kita semua bisa sukses dijalannya masing-masing.
10. Owner Tuku2 Store yang telah menjadi obyek penelitian terima kasih atas bantuan data yang telah diberikan untuk penyusunan skripsi ini.
11. Owner Belle Cosmetic yang telah menjadi obyek penelitian terima kasih atas bantuan data yang telah diberikan untuk penyusunan skripsi ini.
12. Owner Melody Beauty yang telah menjadi obyek penelitian terima kasih atas bantuan data yang telah diberikan untuk penyusunan skripsi ini.
13. Diri sendiri yang mau dan mampu bertahan, berjuang, berusaha sekuat yang saya bisa, tidak menyerah walau banyak rasa dan godaan yang datang untuk berhenti, terimakasih karena sudah bertahan untuk tetap kuat sampai detik ini.

MOTTO

“Allah tidak bermaksud menyulitkan kamu, tetapi Dia bermaksud untuk menyucikan kamu dan melengkapi nikmat-Nya sehingga kamu dapat bersyukur.”

(QS. Al-Ma'idah: 6)

“Mereka merencanakan dan Allah merencanakan. Sesungguhnya, Allah adalah perencana terbaik.”

(QS. Al-Anfal: 30)

“Orang yang terkaya merupakan orang yang menerima pembagian (takdir) dari Allah dengan hati yang senang.”

(Ali bin Husein)

“Yang tidak punya mimpi, tidak apa-apa, tidak apa-apa jika tidak punya mimpi. Kamu hanya harus bahagia.”

(Suga BTS)

“Berkata jujurilah pada setiap keadaan, untuk apa berkata bohong kalau jujur tidak jadi masalah”

(GusJulian)

“Kita harus percaya hanya pada diri kita sendiri.”

(Novi RP)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya, akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Skripsi ini tentu tidak akan berjalan sebagai mana mestinya tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, akhirnya dengan segala kerendahan hati tidak lupa penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Hanafi M. Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
3. Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE,MM, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
4. Ibu Bayu Wijyantini, SE, MM selaku dosen penguji, Ibu Retno Endah Supeni, Dra, MM selaku dosen pembimbing utama dan Bapak Haris Hermawan, SE., MM, Dr selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membantu dan membimbing saya dengan sabar selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Kedua orang tua yang telah mendoakan dan mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh pihak yang telah banyak memberikan bantuan, dorongan dan semangat yang tidak dapat disebut satu persatu terimakasih sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik yang menyangkut aspek materi maupun teknik penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jember, 13 Oktober 2022
Penulis

Novianti Ratna Pertiwi

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
SKRIPSI	ii
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.3 <i>Marketing Mix</i>	9
2.1.4 <i>Celebrity Endorser</i>	11
2.1.5 Citra Merek	13
2.1.6 Harga	15
2.1.7 Keputusan Pembelian	16
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
2.4.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.4.4 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> , Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	27
3.1 Identifikasi Variabel	27
3.1.1 Variabel Independen.....	27
3.1.2 Variabel Dependen	27
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.2.1 <i>Celebrity Endorser</i> (X1)	27
3.2.2 Citra Merek (X2)	27
3.2.3 Harga (X3)	28
3.2.4 Keputusan Pembelian (Y)	28
3.3 Desain Penelitian.....	28

3.4 Teknik Pengambilan Sampel	28
3.4.1 Populasi.....	28
3.4.2 Sampel	29
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.5 Jenis Data.....	29
3.5.1 Data Primer	29
3.5.2 Data Sekunder	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.7 Teknik Analisis Data	30
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif	30
3.7.2 Uji Instrumen Data	30
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	31
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.7.5 Uji Hipotesis.....	32
3.7.6 Koefisien Destermisasi.....	33
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1 Sejarah Perusahaan Scarlett <i>Whitening</i>	34
4.1.2 Sejarah Scarlett <i>Whitening</i> di Jember	35
4.2 Aspek Personalia	35
4.2.1 Struktur Organisasi	35
4.2.2 Jumlah Tenaga Kerja	37
4.2.3 Jam Kerja	37
4.2.4 Sistem Upah	37
4.3 Aspek Operasional	38
4.4 Aspek Pemasaran	39
4.4.1 Daerah Pemasaran	39
4.4.2 Saluran Distribusi	39
4.4.3 Strategi Pemasaran	39
4.5 Hasil Analisis Data.....	40
4.5.1 Deskripsi Karakteristik Responden	40
4.5.2 Deskripsi Variabel Penelitian	41
4.5.3 Uji Instrumen Data	46
4.5.4 Uji Asumsi Klasik	47
4.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.5.6 Uji Hipotesis.....	50
4.5.7 Koefisien Destermisasi (R^2).....	51
4.6 Hasil Pembahasan	52
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
Lampiran-Lampiran.....	63

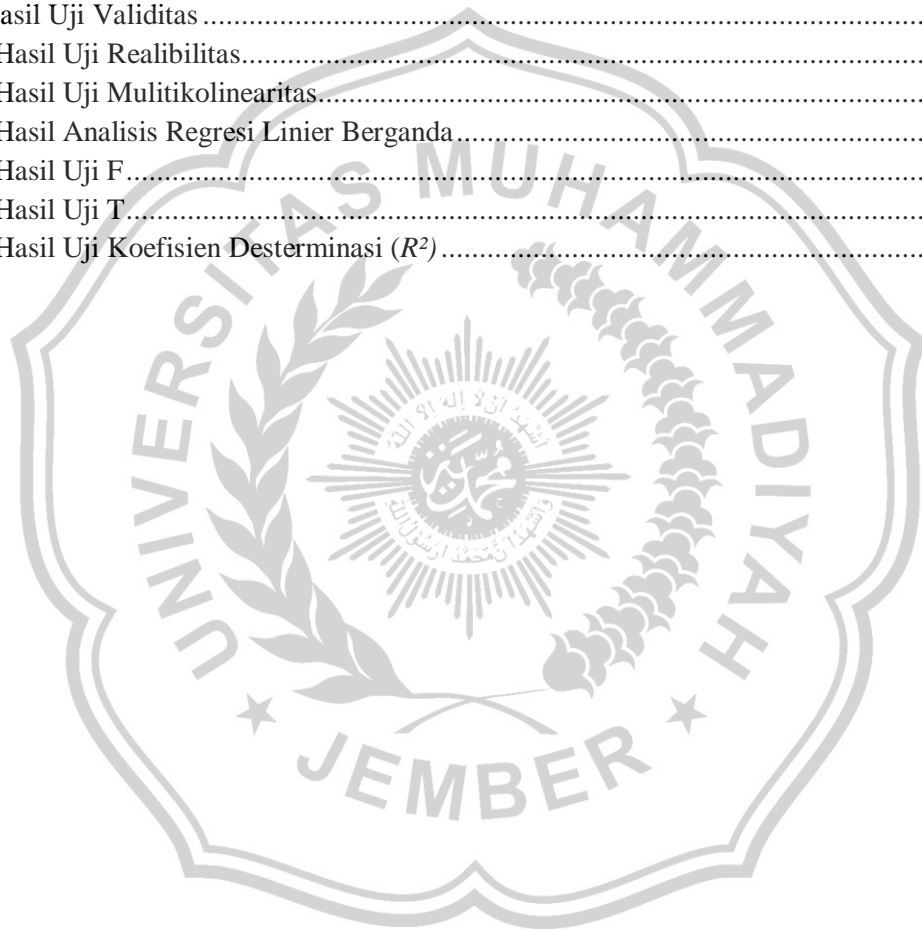
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 8 Kategori Barang dan Jasa yang Pertumbuhannya Paling Tinggi Dibidang <i>E-Commerce</i>	3
Gambar 1.2 <i>Top Rank Brand</i> Serum Wajah Terlaris 2022.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Logo Scarlet	34
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	35
Gambar 4.3 <i>Body Care</i> Scarlett <i>Whitening</i>	38
Gambar 4.4 <i>Face Care</i> Scarlett <i>Whitening</i>	38
Gambar 4.5 <i>Hair Care</i> Scarlett <i>Whitening</i>	38
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas	47
Gambar 4.7 Hasil Uji Heterokedastisitas	49



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2 Responden Menurut Usia.....	40
Tabel 4.3 Responden Menurut Pekerjaan.....	41
Tabel 4.4 Responden Menurut Frekuensi Pemakaian Produk Scarlett <i>Whitening</i>	41
Tabel 4.5 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap <i>Celebrity Endorser</i>	42
Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Citra Merek.....	43
Tabel 4.7 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Harga.....	44
Tabel 4.8 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas.....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Desteterminasi (R^2).....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Kuesioner Penelitian	63
Lampiran 2 Distribusi Frekuensi Responden	67
Lampiran 3 Uji Validitas	68
Lampiran 4 Uji Realibilitas	70
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	71
Lampiran 6 Analisis Regresi Linier Berganda	73
Lampiran 7 Uji Hipotesis	74
Lampiran 8 R Tabel	75
Lampiran 9 T Tabel	77
Lampiran 10 F Tabel	79
Lampiran 11 Dokumentasi	82
Lampiran 12 Surat Izin Penelitian	87

