

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK  
WARDAH**

**(Studi Pada Mahasiswi S1 Aktif Universitas Muhammadiyah Jember)**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

**SYAFIRA LAELUQYANA DEVANDRI**

**17.1041.1030**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2023**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syafira Laeluqyana Devandri

NIM : 1710411030

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH BRAND IMAGE, RELATIONSHIP MARKETING DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH (Studi Pada Mahasiswi S1 Aktif Universitas Muhammadiyah 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 hokum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Februari 2023

Yang menyatakan,



Syafira Laeluqyana Devandri

NIM. 17.1041.1030

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *CELEBRITY ENDORSER*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH  
(STUDI PADA MAHASISWI S1 AKTIF UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER)**



Oleh:

**SYAFIRA LAELUQYANA DEVANDRI**

**Nim. 17.1041.1030**

**Pembimbing:**

**Dosen Pembimbing Utama**

**: Bayu Wijyantini, S.E., M.M.**

**Dosen Pembimbing Anggota**

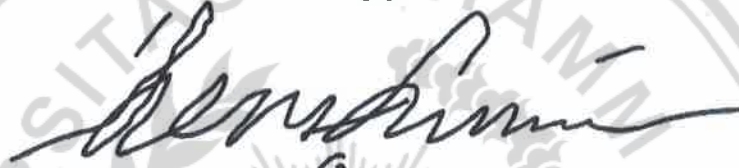
**: Wahyu Eko Setlaningsih, S.E., M.M.**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul ; *Pengaruh Brand Image, Relationship Marketing Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswi S1 Aktif Universitas Muhammadiyah Jember)*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Syafira Laeluqyana Devandri  
NIM : 1710411030  
Hari : Jumat  
Tanggal : 06 Januari 2023  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Seno Sumowo, S.E., M.M.  
NPK : 1966101710109280

Anggota 1,



Bayu Wijayantini, S.E., M.M.  
NPK : 1979021711009661

Anggota 2,



Wahyu Eko Setianingsih, S.E., M.M.  
NPK : 1979120811503633

Mengesahkan :

Dekan,



Maheni Ika Sari, S.E., M.M.  
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi,



Achmad Hasan Hafidzi, S.E., M.M.  
NPK : 1986051411703796

## MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan pasti ada kemudahan. Maka apabila sudah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain”

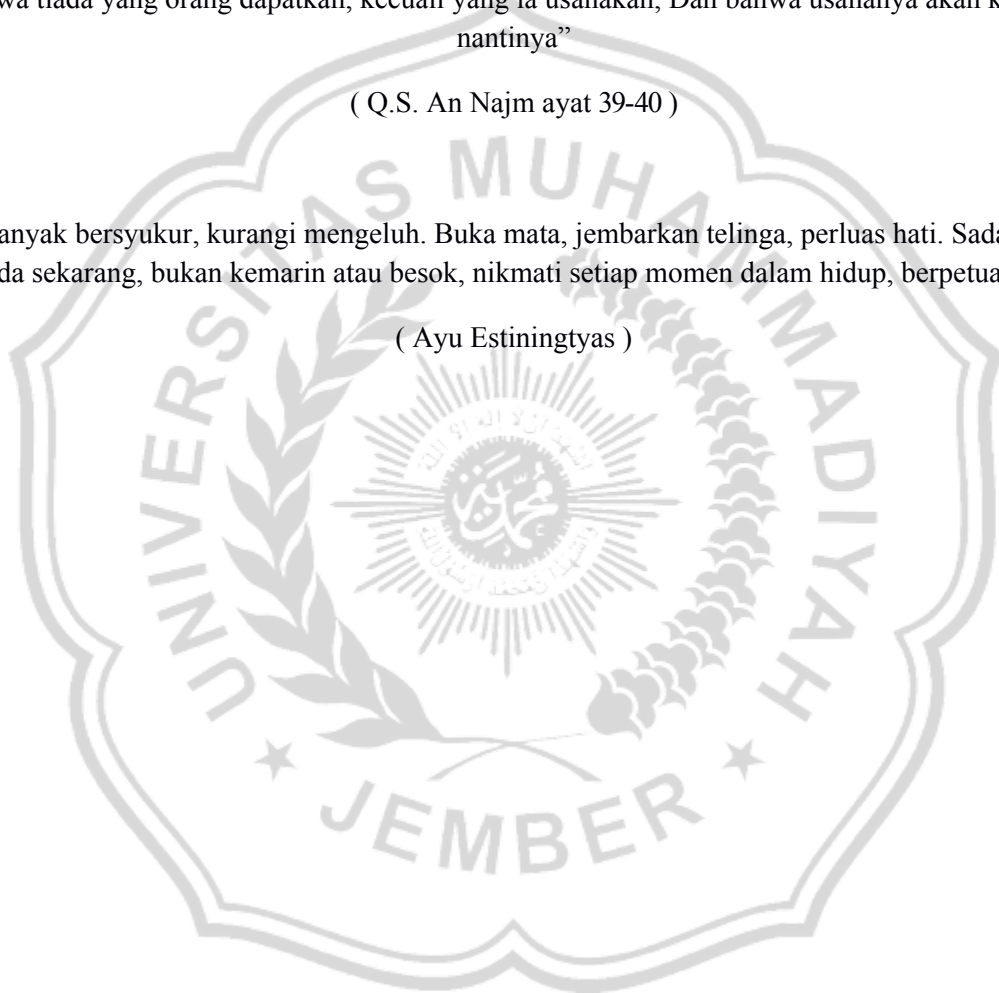
( QS. Al-Insyirah : 6-7 )

“Bahwa tiada yang orang dapatkan, kecuali yang ia usahakan, Dan bahwa usahanya akan kelihatan nantinya”

( Q.S. An Najm ayat 39-40 )

“Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada pada sekarang, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualanglah.”

( Ayu Estiningtyas )



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirobbilalamin, Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image, Relationship Marketing Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswi S1 Aktif Universitas Muhammadiyah Jember)*”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
- b. Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Bayu Wijyantini, SE, MM selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberi masukan dan pelajaran dalam menyusun skripsi ini.
- d. Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran dan arahan dalam menyusun skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/ dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya staf pengajar jurusan Manajemen.
- f. Ibu tercinta yang senantiasa selalu memanjatkan doa, dukungan dan perhatiannya yang tak terbatas, sehingga dapat menyelesaikan studi ini.
- g. Saudara-saudaraku atas dukungan dan doanya, semoga kita senantiasa diberi kesuksesan dan kelancaran.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2017 yang bersama-sama berjuang menuntaskan studi ini.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga sdengan ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Namun penulis menyadari adanya ketidaksempurnaan dalam penelitian ini, maka dari itu penulis mohon maaf apabila ada hal yang kurang berkenan di hati pembaca. Penulis juga menerima kritik dan saran yang dapat membangun kesempurnaan tulisan ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan.

Jember, Februari 2023

Syafira Laeluqyana Devandri



## PERSEMBAHAN

Sujud syukur penulis persembahkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayah-Nya yang sangat berlimpah serta kesempatan yang telah diberikan dengan segala kemudahan sehingga dapat menjalani semua ini dengan baik.
2. Nabi Muhammad SAW atas segala tuntunan hidup.
3. Ibu tercinta yang telah memberikan kasih sayang, selalu mendoakan dan mendukung saya dalam hal apapun serta selalu memberi motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini.
4. Maheni Ika Sari, SE., MM selaku ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan skripsi.
5. Ahmad Hasan Hafidzi, SE., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Nursaidah, SE. MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan skripsi.
6. Bayu Wijyantini, SE., M.M. Selaku Dosen Pembimbing I dan Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing II. Terimakasih atas bimbingan serta kesabarannya dalam membimbing dan memberi masukan terbaik sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Teman-teman Manajemen A 2017 yang sama-sama berjuang.
8. Almater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang saya banggakan.
9. Sahabat-sahabat terbaik penulis (Fajar, Lidya, Arifa) yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah</b> .....	<b>5</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>5</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>5</b>
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
<b>2.1 Tinjauan Teori</b> .....	<b>7</b>
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 <i>Brand Image</i> .....	8
2.1.3 <i>Relationship Marketing</i> .....	10
2.1.4 <i>Celebrity Endorser</i> .....	12
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	13
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>14</b>
<b>2.3 Kerangka Konseptual</b> .....	<b>15</b>
<b>2.4 Hipotesis</b> .....	<b>16</b>
2.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	16
2.4.2 Pengaruh <i>RelationshipMarketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	16
2.4.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	17
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>



<b>3.1 Identifikasi Variabel.....</b>	<b>19</b>
<b>3.2 Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>19</b>
3.2.1 Variabel Independen.....	19
3.2.2 Variabel Dependen.....	20
<b>3.3 Desain Penelitian.....</b>	<b>20</b>
<b>3.4 Jenis Data.....</b>	<b>20</b>
<b>3.5 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>20</b>
3.5.1 Populasi.....	21
3.5.2 Sampel.....	22
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>23</b>
<b>3.7 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>23</b>
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	23
3.7.2 Uji Instrumen.....	24
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	24
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	25
3.7.5 Uji Hipotesis.....	25
3.7.6 Uji Koefisien Determinasi.....	26
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>27</b>
<b>4.1 Gambaran Umum.....</b>	<b>27</b>
4.1.1 Sejarah Singkat.....	27
4.1.2 Strategi Pemasaran Wardah.....	27
<b>4.2 Hasil Analisis Data.....</b>	<b>29</b>
4.2.1 Hasil Statistik Deskriptif.....	29
4.2.2 Hasil Uji Instrumen Data.....	32
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	33
4.2.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis.....	36
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi.....	37
<b>4.3 Pembahasan.....</b>	<b>37</b>
4.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	37
4.3.2 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	38
4.3.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	39
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>41</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>42</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>44</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	13
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	15
Gambar 4. 1 Branding Halal Wardah.....	28
Gambar 4. 2 Kegiatan Wardah dengan pelanggan.....	29
Gambar 4. 3 Brand Ambassador Wardah.....	29



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar 15 Merek Kosmetik Halal di Indonesia.....	3
Tabel 3.1 Populasi Penelitian.....	21
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	30
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Melihat Tidaknya Iklan Wardah.....	30
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Produk Wardah.....	31
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	31
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pertimbangan Pembelian.....	31
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	33
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	34
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	34
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
Tabel 4. 14 Hasil Uji t.....	36
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	37



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pengantar Kuesioner.....	44
Lampiran 2 Kuesioner Google Form.....	49
Lampiran 3 Surat Pengantar Penelitian.....	71
Lampiran 4 Karakteristik Responden.....	72
Lampiran 5 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	79
Lampiran 6 Uji Validitas.....	80
Lampiran 7 Uji Reliabilitas.....	82
Lampiran 8 Uji Normalitas.....	84
Lampiran 9 Uji Multikolinieritas.....	85
Lampiran 10 Uji Heteroskedastisitas.....	86
Lampiran 11 Analisis Regresi Linier Berganda.....	87
Lampiran 12 r tabel.....	88

