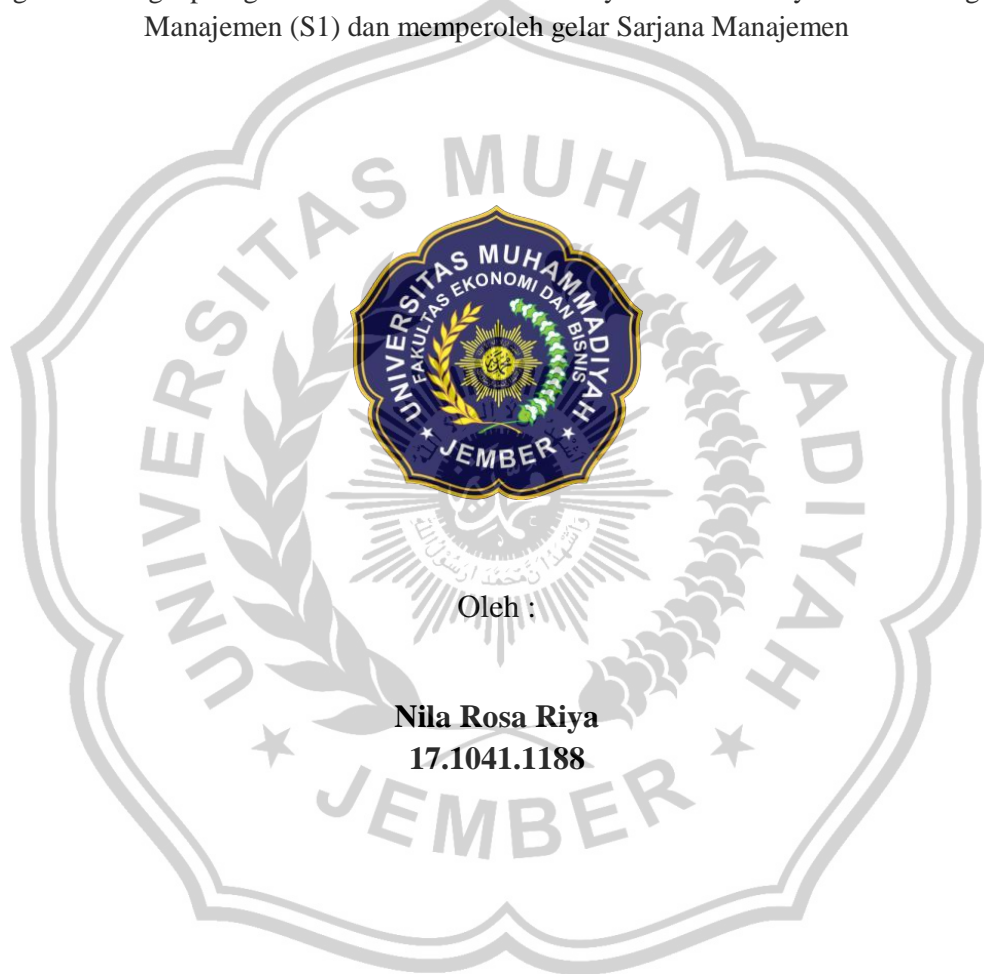


**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE*, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE REALME DI BRC
BONDOWOSO**

SKRIPSI

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



Oleh :

**Nila Rosa Riya
17.1041.1188**

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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nila Rosa Riya
NIM : 1710411188
Program Studi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE*, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE REALME DI BRC BONDOWOSO, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi 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, 20 Januari 2023

Yang menyatakan,



Nila Rosa Riya

NIM. 1710411188



ANA PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE*, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE REALME DI BRC BONDOWOSO



Oleh :

Nila Rosa Riya
17.104.11.188

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Seno Sumowo, SE., MM


Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM

PENGESAHAN


Skripsi berjudul: PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE*, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE REALME DI BRC BONDOWOSO, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Nila Rosa Riya
NIM : 1710411188
Hari : Jum'at
Tanggal : 20 Januari 2023
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji,


Bayu Wijavanti, SE, MM.
NPK : 1979021711009661

Anggota 1,


Seno Sumowo, SE., MM
NPK : 1966101710109280

Anggota 2,


Yohanes Gunawan W, SE., MM
NPK : 19840604.1.1703794

Mengesahkan :

Dekan,



Maheni Ika Sari, SE, MM
NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,



A. Hasan Hafidzi, SE, MM
NPK : 19860514.1.1703796

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, serta pemahaman dan kehadiran Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *PENGARUH CELEBRITY ENDORSE, KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE REALME DI BRC BONDOWOSO*, Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orangtua saya yang selalu support saya baik dari segi keuangan maupun dukungan yang selalu mereka berikan.
2. Seorang sahabat yang selalu ada dan selalu support, dukung setiap keputusan yang saya ambil.
3. Teman teman kelas dari Manajemen angkatan 2017.
4. Bapak dan Ibu dosen pembimbing saya yang sudah sabar membimbing saya dalam menyusun skripsi ini



MOTTO

“sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S. Al Insyiroh: 6)

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(Al Baqarah : 286)

"Seungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

(QS Ar Rad : 11)

"Barang siapa yang menginginkan kejernihan hatinya hendaknya dia lebih mengutamakan Allah daripada menuruti berbagai keinginan hawa nafsunya." - **Ibnu Qoyyim Rahimahullah**



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupersembahkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE*, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE REALME DI BRC BONDOWOSO. Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Ibu Bayu Wijyantini SE., MM selaku dosen ketua penguji
3. Bapak Seno Sumowo SE., MM selaku dosen pembimbing 1
4. Bapak Yohanes Gunawan Wibowo selaku dosen pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 20 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2	5
TINJAUAN TEORI	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran	5
2.1.2 Konsep Pemasaran	5
2.1.3 Perilaku Konsumen	5
2.1.4 <i>Celebrity Endorser</i>	6
2.1.5 Kualitas Produk.....	8
2.1.6 <i>Brand Image</i>	8
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	9
2.2 Penelitian Terdahulu	10
2.3 Kerangka koseptual.....	11
2.4 Hipotesis	12
2.4.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorse</i> terhadap keputusan pembelian.....	12
2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian	13
2.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap keputusan pembelian	13
BAB 3	14
METODE PENELITIAN	14
3.1 Identifikasi Variabel.....	14
3.1.1 Variabel Independen	14
3.1.2 Variabel Dependen.....	14
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	14
3.3 Desain Penelitian	15
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	16
3.4.1 Populasi	16
3.4.2 Sampel.....	16
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	16

3.5 Jenis Data	16
3.5.1 Data Sekunder	16
3.5.2 Data Primer	16
3.6 Metode Pengumpulan Data	17
3.7 Teknik Pengukuran Data	17
3.8 Teknik Analisis Data	17
3.8.1 Statistik Deskriptif	17
3.8.2 Uji Instrumen Data	17
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	18
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda	19
3.8.5 Uji Parsial (Uji t)	19
3.8.6 Koefisien Determinasi (R ²)	20
BAB 4.....	21
HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	21
4.1.1 Gambaran Umum BRC <i>Cell</i> Bondowoso	21
4.2 Hasil Analisis Data	22
4.2.1 Hasil Statistik Deskriptif	22
4.2.2 Hasil Uji Instrumen Data	30
4.2.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	31
4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	31
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis	34
4.2.6 Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R ²)	35
4.3 Pembahasan	35
4.3.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorse</i> Terhadap Keputusan Pembelian	36
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	36
4.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	37
BAB 5.....	39
KESIMPULAN DAN SARAN	39
5.1 Kesimpulan	39
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	40
Lampiran-Lampiran.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Hasil Tingkat Penjualan <i>Handphone Realme</i> di BRC Bondowoso Pada Tahun 2021.....	3
2.1 Penelitian Terdahulu	10
4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	22
4.2 Karakteristik Berdasarkan Umur.....	22
4.3 Karakteristik Berdasarkan pengalaman pembelian produk <i>Handphone Realme</i> di BRC <i>Cell</i> Bondowoso.....	22
4.4 <i>Celebrity Endorse</i> (X1).....	23
4.5 <i>Celebrity Endorse</i> (X1).....	23
4.6 <i>Celebrity Endorse</i> (X1).....	24
4.7 <i>Celebrity Endorse</i> (X1).....	24
4.8 Kualitas Produk (X2).....	25
4.9 Kualitas Produk (X2).....	25
4.10 Kualitas Produk (X2).....	25
4.11 Kualitas Produk (X2).....	26
4.12 <i>Brand Image</i> (X3).....	26
4.13 <i>Brand Image</i> (X3).....	27
4.14 <i>Brand Image</i> (X3).....	27
4.15 Keputusan Pembelian (Y).....	28
4.16 Keputusan Pembelian (Y).....	28
4.17 Keputusan Pembelian (Y).....	28
4.18 Keputusan Pembelian (Y).....	29
4.19 Hasil Uji Validitas.....	30
4.20 Hasil Uji Reliabilitas.....	30
4.21 Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
4.22 Hasil Uji Multikolonieritas.....	32
4.23 Hasil Uji t.....	33
4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1 Market Share	2
2.1 Proses Keputusan Pembelian	10
2.2 Kerangka Konseptual	12
4.1 Struktur organisasi BRC <i>Cell</i> Bondowoso.....	21
4.2 Hasil Uji Normalitas.....	33
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	33



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Data Responden
3. Karakteristik Responden
4. Hasil Tanggapan Responden
5. Uji Validitas Dan Reliabilitas
6. Uji Asumsi Klasik
7. Uji Regresi Linier Berganda
8. Dokumentasi

