

**PENGARUH PERCEIVED VALUE, CELEBRITY ENDORSER DAN
ADVERTISING TERHADAP BRAND ATTITUDE (Studi Kasus Pada
Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Pengguna Kosmetik Wardah)**

SKRIPSI

**Digunakan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyaksikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



Oleh :

SHINTA WARDIYAH

16.1041.1254

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2021

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shinta Wardiyah

NIM 1610411254

Prodi : Manajemen Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **PENGARUH PERCEIVED VALUE, CELEBRITY ENDORSE DAN ADVERTISING TERHADAP BRAND ATTITUDE** 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, 07 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Shinta Wardiyah

NIM. 1610411254

**PENGARUH PERCEIVED VALUE, CELEBRITY ENDORSER DAN
ADVERTISING TERHADAP BRAND ATTITUDE (Studi Kasus Pada
Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Pengguna Kosmetik Wardah)**

Oleh :

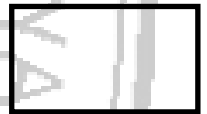
SHINTA WARDIYAH

NIM. 16.1041.1254

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Jekti Rahayu,SE.,M.si

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



PENGESAHAN

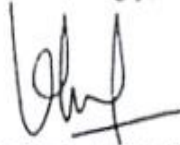
Skripsi berjudul: **PENGARUH PERCEIVED VALUE, CELEBRITY ENDORSER DAN ADVERTISING TERHADAP BRAND ATTITUDE (Studi Kasus Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)** telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : **SABTU**

Tanggal : **07-11-2020**

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Feti Fatimah, SE., MM
NPK: 07 09 622

Anggota 1,



Jekti Rahayu, SE., M.si
NPK:15 09 646

Anggota 2,



Dr. Haris Hermawan, SE.,MM
NPK: 15 03 643

Mengesahkan:



Maheni Her Sari, SE.,MM
NPK: 197708112005012001

Ketu Program Studi,



Dr. Haris Hermawan, SE.,MM
NPK:15 03 643

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kemampuannya.”

(QS. Al-Baqarah:286)

“Bila kau tak tahan lelahnya belajar, maka kau harus tahan menanggung perihnya kebodohan”

(Imam Syafi’i)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah:6)

JANGAN TERLALU AMBIL HATI DENGAN UCAPAN SESEORANG,
KADANG MANUSIA PUNYA MULUT TAPI BELUM TENTU PUNYA
PIKIRAN”

PERSEMBAHAN

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

1. Yang Utama Dari Segalanya, sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Tabur cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.
2. Keluarga saya, sebagai tanda bukti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada kedua orang tua saya bapak Trimo dan ibu Sudiye, kakak saya Basuki Rahmat Sasmito dan Sri Wagini, kakak ipar saya Puji Atmoko dan Putri Rizky Wahyuni, Adik saya Zaenal Ashari dan Nyoto Rahwadi, serta keponakan-keponakan saya yang sangat saya sayangi dan selalu mendoakan, menyayangiku, mendidik dan membimbingku dengan penuh ketulusan, keikhlasan dan penuh kesabaran. Serta selalu mendukung dan menuntunku kejalan yang benar. Mereka adalah semangatku dan penguat lelahku. Semoga ini menjadi awal untuk membuat kalian bahagia dan bangga kepada saya.
3. Saudara-saudara saya dari keluarga ibu maupun keluarga bapak, terimakasih atas doa dan kasih sayang selama ini.
4. Orang spesial, yang inshaallah akan menemani saya till jannah, Sofyan Hadi. Terimakasih support selama ini, yang selalu mendengar keluh kesahku selama pembuatan skripsi, dan yang selalu sabar saat saya marah karena skripsi.
5. Teman rasa saudara, Suciati Rita Munica yang selalu memberi semangat. Serta teman-teman saya Yanuarita Rukhanah, Fitriana Novita Sari, Karenina Novia W, Kamilia., Viscka Ulfiah D.G dan Indah Purnama Sari terimakasih atas doa dan semangatnya selama ini.
6. KKN 39 Sukowono, teman tersingkat tapi membekas di hati yang telah menjadi teman terbaik KKN selama 1 bulan terutama Zila, Lina, Menik, Fika dan Kurnia
7. Kedua dosen pembimbing saya, Jekti Rahayu. SE., M.si sebagai pembimbing I, Dr. Haris Hermawan. SE., MM. sebagai pembimbing II yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar. Dan juga kepada Feti Fatimah. SE,MM sebagai dosen penguji yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada saya.
8. Terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Jember yang menjadi tempat penelitian saya, terutama kepada ibu Ika Setiawati yang telah membantu serta memberikan ilmu yang banyak sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
9. Teman-teman Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember khususnya Manajemen G 2016 yang telah menjadi teman satu kelas 3th lebih dan

mendukung serta berbagi informasi mengenai skripsi. Semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi.

10. Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammdiyah Jember



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang elah melimpahkan kasih dan saying-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh *Perceived Value*, *Celebrity Endorser* dan *Advertising* terhadap *Brand Attitude* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember).

Tujuan dari penulis skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan S1 pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.

Dalam pengerjaan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh karena itu, penulis menyampaikan banyak terima kasih 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 Dr. Haris Hermawan, SE.,MM selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember sekaligus Pembimbing Pendamping.
4. Ibu Feti Fatimah, SE.,MM selaku ketua penguji yang telah meluangkan waktunya dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Jekti Rahayu, SE.,M.si selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membagi ilmunya selama masa kuliah.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan serta do'a dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari kata sempurna, baik dalam keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak penulis, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak, demikian skripsi ini semoga bermanfaat bagi Universitas Muhammadiyah Jember khususnya bagi semua pihak yang membaca.

Jember, 24 September 2020

Yang menyatakan,

Shinta Wardiyah
NIM 16.1041.1254

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS.....	ii
PERSETUJUAN PENULIS	iii
PENGESAHAN PENULIS.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRACK.....	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.2 Konsep Pemasaran.....	9
2.3 Perceived Value.....	11
2.3.1 Pengertian Perceived Value.....	11
2.3.2 Atribut Perceived Value.....	13
2.4 Celebrity endorser.....	15
2.4.1 Pengertian Celebrity Endorser.....	15
2.4.2 Atribut Celebrity Endorser	16
2.4.3 Keuntungan Celebrity Endorser	16
2.4.4 Peran Celebrity Endorser.....	18
2.5 Advertising	18
2.5.1 Pengertian Advertising.....	18
2.5.2 Tujuan Advertising.....	19

2.5.3	Atribut Advertising	21
2.6	Brand Attitude	21
2.6.1	Pengertian Brand Attitude.....	21
2.6.2	Atribut Brand Attitude	22
2.7	Perilaku konsumen	23
2.7.1	Pengertian Perilaku Konsumen	23
2.7.2	Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	23
2.8	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	25
2.8	Kerangka Konseptual	27
2.9	Hipotesis Penelitian.....	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Identifikasi Masalah	29
3.2	Definisi Operasional Variabel	29
3.2.1	Variabel Bebas (X).....	29
3.2.2	Variabel Terikat (Y).....	31
3.3	Jenis Penelitian	32
3.4	Lokasi Penelitian	32
3.5	Populasi dan Sampel.....	34
3.5.1	Populasi	32
3.5.2	Sampel.....	33
3.6	Sumber Data	33
3.6.1	Data Primer	34
3.6.2	Data Skunder.....	34
3.7	Teknik Pengambilan Sampel	34
3.7.1	Kuesioner	34
3.8	Teknik Analisis Data	35
3.8.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.8.2	Uji Analisis Regresi Berganda.....	36
3.8.3	Menilai Goodness Of Fit Suatu Metode.....	36
3.8.4	Uji Asumsi Klasik	38
BAB 4 HASI DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Gambaran Umum PT. Paragon Technology and Innovation	40
4.1.1	Sejarah PT. Paragon Technology and Innovation	40
4.1.2	Visi dan Misi PT. Paragon Technology and Innovation.....	41
4.1.3	Struktur PT. Paragon Technology and Innovation	42
4.1.4	Lokasi.....	44
4.2	Gambaran Umum Responden.....	44
4.2.1	Karakteristik Responden	44
4.3	Analisis data	45

4.3.1 Uji Validitas	45
4.3.2 Uji reliabilitas	46
4.4 Regresi Linier Berganda	47
4.5 Uji Hipotesis	48
4.5.1 Uji t (Parsial)	48
4.5.2 Uji F (Simultan)	48
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
4.6 Uji Asumsi Klasik	50
4.6.1 Uji Normalitas	50
4.6.2 Uji Multikolonieritas	50
4.6.3 Uji Heteroskedastitas	51
4.7 Pembahasan	52
4.7.1 Pengaruh Perceived value (X1) Terhadap Brand Attitude (Y)	52
4.7.2 Pengaruh Celebrity Endorser (X2) Terhadap Brand attitude (Y)	53
4.7.3 Pengaruh Advertising (X3) Terhadap Brand Attitude (Y)	54
4.7.4 Pengaruh Perceived Value, Celebrity Endorser dan Advertising secara simultan terhadap Brand Attitude	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ranting Produk Lipstik dan Bedak Muka Wardah Tahun 2016-2020.....	4
Tabel 1.2 Total Penjualan Tahun 2020.....	5
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	25
Tabel 4.1 Jangka Waktu Penggunaan Produk Kosmetik Wardah.....	45
Tabel 4.2 Hasil Dari Uji Validitas	45
Tabel 4.3 Hasil Dari Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.4 Hasil Dari Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4.5 Hasil Dari Uji t (Parsial)	48
Tabel 4.6 Hasil Dari Uji F (Simultan).....	49
Tabel 4.7 Hasil Dari Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
Tabel 4.8 Hasil Dari Uji Normalitas	50
Tabel 4.9 Hasil Dari Uji Multikolonieritas.....	51
Tabel 4.10 Hasil Dari Uji Heteroskedastitas.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambbar 4.1 Hasil Dari Uji Normalitas	50
Gambar 4.2 hasil Dari Uji Heteroskedastistas.....	52

