

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS
PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
SMARTPHONE OPPO
(Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Matraman)**

SKRIPSI

NADIA RAHAYU

21150000119



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN SEKOLAH
TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA**

2020

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS
PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
*SMARTPHONE OPPO***

(Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Matraman)

SKRIPSI

NADIA RAHAYU

21150000119



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN SEKOLAH
TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA**

2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *SMARTPHONE OPPO*

(Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Matraman)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Stud S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsure tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 14 Februari 2020

NADIA RAHAYU

NPK 21150000119

PERSETUJUAN PEMBIMBING

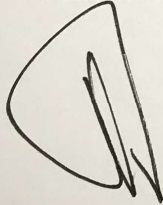
Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK,
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN *SMARTPHONE OPPO*
(Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Matraman)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

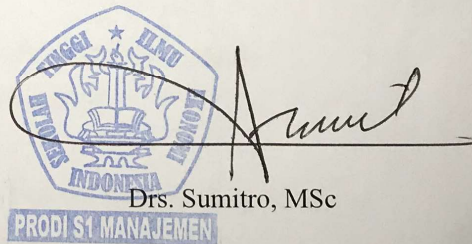
Jakarta, 14 Februari 2020

Pembimbing,



Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



PRODI S1 MANAJEMEN

Drs. Sumitro, MSc

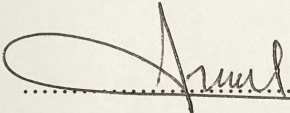


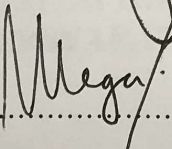
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK,
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN *SMARTPHONE OPPO*
(Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Matraman)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 11 Maret 2020 dengan nilai 81.00 (A).

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc
(Pembimbing)
3.  ; Drs. Subekti Singgih Hadi, M.Sc.
(Anggota Penguji)
4.  ; Hj. Megyani, SE., MM.
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
3. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
4. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.
5. Pihak responden yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
6. Kedua orang tua dan nenek peneliti yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman peneliti Silfia, Syifa, dan Irfan yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini serta teman-teman 4B-Manajemen dan untuk lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih telah menemani, memberikan dukungan, semangat dan telah mengisi hari-hari peneliti selama menyelesaikan studi dengan penuh suka cita.
8. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 14 Februari 2020

NADIA RAHAYU

NPK 21150000119

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda di bawah ini:

Nama	: Nadia Rahayu
NPK	: 21150000119
Program Studi	: S-1 Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *SMARTPHONE OPPO* (Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Matraman)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat, dengan sebenarnya.

Dibuat di :

Pada tanggal :

Yang menyatakan,

Nadia Rahayu

Nadia Rahayu

NPM : 21150000119

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :

Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS
PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN *SMARTPHONE* OPPO
(Studi Kasus di Wilayah Kecamatan Matraman)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* OPPO di Wilayah Kecamatan Matraman.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif dengan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan *Smartphone* OPPO. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 126 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Penelitian ini menggunakan metode perhitungan dengan program *Partial Least Square* (PLS 3.2.8.).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Celebrity Endorser* dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, namun variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

***Kata kunci : Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan,
Loyalitas Pelanggan***

Advisee :
Nadia Rahayu
NPM : 21150000119Drs
S-1 Management Study Program

Advisor :
Jusuf Hariyanto, M.Sc

THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER, PRODUCT QUALITY, AND CUSTOMER SATISFACTION TO LOARTAL CUSTOMERS OF SMARTPHONE OPPO (Case Study in the Matraman District Area)

ABSTRACT

The aim of this study is to find out the effect of Celebrity Endorser, Product Quality, and Customer Satisfaction on OPPO Smartphone Customer Loyalty in the Matraman District Area.

The strategy used in this study was an associative strategy with the survey method. The population in this study was all Smartphone OPPO customers. The sampling technique used in this study was Accidental Sampling with a total sample of 126 respondents. Data collection techniques used a questionnaire that has been tested for validity and reliability. This study used a calculation method with the Partial Least Square (PLS 3.2.8) program.

The results of this study indicated that the variable Celebrity Endorser and Customer Satisfaction has a significant effect on Customer Loyalty, but the Product Quality variable has not a significant effect on Customer Loyalty.

Keywords : Celebrity Endorser, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	18
2.2.1. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	18
2.2.2. Pengertian Kualitas Produk	20
2.2.3. Pengertian Kepuasan Pelanggan	25
2.2.4. Pengertian Loyalitas Pelanggan	28
2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	30

2.3.1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Loyalitas Pelanggan ...	30
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.3.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan .	32
2.4. Pengembangan Hipotesis	32
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	33
BAB III METODA PENELITIAN	34
3.1. Strategi Penelitian	34
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.2.1. Populasi Penelitian	34
3.2.2. Sampel Penelitian	34
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	35
3.4. Operasionalisasi Variabel	36
3.5. Metoda Analisis Data	39
3.5.1. Pengolahan Data	39
3.5.2. Penyajian Data	39
3.5.3. Metoda Analisis Statistik	39
3.5.3.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	40
3.5.3.2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	40
3.5.3.3. Pengujian Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
1.1. Deskripsi Profil Perusahaan	43
1.1.1. Sejarah PT OPPO Indonesia	43
1.1.2. Visi dan Misi PT OPPO Indonesia	44
1.2. Deskripsi Responden	45
1.3. Analisis Data Hasil Penelitian	48
1.3.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	48
1.3.1.1. Uji Validitas	49
1.3.1.2. Uji Reliabilitas	54
1.3.2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	55
1.3.3. Hasil <i>Bootstrapping</i>	56

1.3.4. Uji Hipotesis <i>Bootstrapping</i> Tahap I	56
1.3.4.1. Pengujian Hipotesis Tahap I	57
1.3.4.2. Uji Hipotesis 1 (Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan)	58
1.3.4.3. Uji Hipotesis 2 (Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan)	58
1.3.4.4. Uji Hipotesis 3 (Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan)	59
1.3.5. Uji Hipotesis <i>Bootstrapping</i> Tahap 2	59
1.3.5.1. Pengujian Hipotesis Tahap 2	60
1.3.5.2. Uji Hipotesis 1 (Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan)	61
1.3.5.3. Uji Hipotesis 2 (Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan)	61
1.3.6. Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1. Simpulan	65
5.2. Saran	65
5.3. Keterbatasan Peneliti Dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	66
5.3.1. Keterbatasan Peneliti	66
5.3.2. Pengembangan Penelitian Selanjutnya	66
DAFTAR REFERENSI	67
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Skor Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 3.2. Variabel Penelitian dan Indikator	38
Tabel 4.1. Data Responden Berdasarkan Sudah Membeli <i>Smartphone</i> OPPO Lebih Dari Sekali	45
Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.3. Data Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.4. Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.5. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi	47
Tabel 4.6. <i>Loading Factor</i> Tahap I	50
Tabel 4.7. <i>Loading Factor</i> Tahap II	52
Tabel 4.8. <i>Average Variance Extracted</i>	53
Tabel 4.9. <i>Cross Loading</i>	53
Tabel 4.10. <i>Composite Reliability</i>	55
Tabel 4.11. <i>R-Square</i>	55
Tabel 4.12. Nilai <i>Goodness Of Fit</i> (GOF)	56
Tabel 4.13. <i>Direct Effect</i> Tahap I	58
Tabel 4.14. <i>Direct Effect</i> Tahap II	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	33
Gambar 4.1. Hasil Pengolahan Data Tahap I	48
Gambar 4.2. Hasil Pengolahan Data Tahap II	51
Gambar 4.3. <i>Bootstrapping</i> Tahap I	57
Gambar 4.4. <i>Bootstrapping</i> Tahap 2	60

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2. Tabel Skor untuk Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X_1)	77
Lampiran 3. Tabel Skor Untuk Variabel Kualitas Produk (X_2)	82
Lampiran 4. Tabel Skor untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (X_3)	87
Lampiran 5. Tabel Skor untuk Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	92
Lampiran 6. Tabel <i>Outer Loading</i>	97
Lampiran 7. Tabel <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	98
Lampiran 8. Tabel <i>Cross Loading</i>	99
Lampiran 9. Tabel <i>Composite Reliability</i>	100
Lampiran 10. Tabel <i>R – Square</i>	101
Lampiran 11. Tabel <i>Direct Effect</i> Tahap I	102
Lampiran 12. Tabel <i>Direct Effect</i> Tahap II	103
Lampiran 13. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	104