ANALISIS PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*), DAN BINTANG IKLAN (*CELEBRITY ENDORSER*) TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK FOCALLURE

"Studi Kasus : PT Hexindo Adi Perkasa, Tbk"

SKRIPSI

HARDIYANTI
21150000008

PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA

2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN BINTANG IKLAN (*CELEBRITY ENDORSER*) TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK FOCALLURE PADA PT. HEXINDO ADI PERKASA, TBK

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Prorgam Studi Strata-1 Manajemen, Sekoah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 5 Maret 2020

HARDIYANTI

NPM 21150000008

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN BINTANG IKLAN (*CELEBRITY ENDORSER*) TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK FOCALLURE PADA PT. HEXINDO ADI PERKASA, TBK

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi Strata-1 Manajemen, Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Bapak Gatot Prabantoro dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi Strata-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Jakarta, 5 Maret 2020

Pembimbing,	Kepala Program Studi S-1 Manajemen
Gatot Prabantoro, SE., MM	**Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc** #Acc 22/12/2020 .

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN BINTANG IKLAN (*CELEBRITY ENDORSER*) TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK FOCALLURE PADA PT. HEXINDO ADI PERKASA, TBK

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 15 April 2020 dengan nilai A.

Panitia Ujian Skripsi

1. ..... ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
   (Kepala Program S-1 Manajemen)

2. ..... ; Gatot Prabantoro, SE., MM
   (Pembimbing)

3. ..... ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
   (Anggota Penguji 1)

4. ..... ; Drs.Subekti Singgih Hadi, M.Sc
   (Anggota Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT berkat karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Adapun judul skripsi ini yaitu: Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Citra Merek (*Brand Image*) dan Bintang Iklan (*Celebrity Endorser*) Terhadap Minat Beli Kosmetik Focallure pada PT. Hexindo Adi Perkasa, Tbk. Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, penulis dibantu oleh berbagai pihak yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga, pikiran serta dukungannya baik secara moril dan materil. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M. Sc selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
3. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
4. Bapak Gatot Prabantoro, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan pengarahan kepada penulis dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen Manajemen dan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan memberikan manfaat kepada penulis baik dalam dunia karir maupun dalam bermasyarakat.
6. Seluruh pengurus Perpustakaan dan Prodi Manajemen STEI yang telah menjalankan fungsinya dengan baik dalam pelayanan pinjaman buku, baik dalam masih proses belajar maupun ketika disusunnya skripsi ini.
7. Seluruh pimpinan dan pihak-pihak dari PT Hexindo Adi Perkasa, Tbk yang telah mempermudah jalannya skripsi dengan penyebaran kuesioner.

8. Seluruh keluarga besar yang telah mencurahkan kasih sayang, motivasi dan doa serta pengorbanannya baik berupa materil maupun non-materil yang tak terhingga selama ini.
9. Teman baikku: Putri, Fertiwi, Radita, Novidae, Santi dan Teman spesialku : Thomas, yang telah banyak membantu dalam perkuliahan, serta senantiasa memberikan dukungan semangat agar terselesaikannya skripsi ini.
10. Serta seluruh pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 5 Maret 2020

HARDIYANTI
NPM 21150000008

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama	: Hardiyanti
NPK	: 21150000008
Program Studi	: Strata Satu Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

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

ANALISIS PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN BINTANG IKLAN (*CELEBRITY ENDORSER*) TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK FOCALLURE PADA PT. HEXINDO ADI PERKASA, TBK

beserta perangkat yang ada (jika di perlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/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	: Jakarta
Pada tanggal	: 5 Maret 2020

Yang menyatakan,

Hardiyanti

Hardiyanti

NPK: 21150000008

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:

Gatot Prabantoro, SE., MM

ANALISIS PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN BINTANG IKLAN (*CELEBRITY ENDORSER*) TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK FOCALLURE

(STUDI KASUS PADA PT. HEXINDO ADI PERKASA, TBK)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, desain produk, citra merek dan bintang iklan terhadap minat beli kosmetik Focallure pada PT Hexindo Adi Perkasa, Tbk.

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert dan data diolah menggunakan metoda SPSS (*Statistical Package for Social Science).* Populasi dari penelitian ini adalah karyawan wanita yang aktif bekerja di kantor pusat PT Hexindo Adi Perkasa, sampel ditentukan berdasarkan teknik sampling jenuh yang dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel yang berjumlah 45 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metoda kuisioner. Pengujian hipotesis menggunakan t-statistik , f-statistik dan R^2.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, (1) Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, (2) Desain Produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, (3) Citra Merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, (4) Bintang Iklan Produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. (5) Harga, Desain Produk, Citra Merek dan Bintang Iklan secara simultan/bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: Harga, Desain Produk, Citra Merek, Bintang Iklan, dan Minat Beli

Hardiyanti

NPK: 21150000008

Bachelor of Management Study Program

Advisor:

Gatot Prabantoro, SE., MM

THE INFLUENCE ANALYSIS OF PRICE, PRODUCT DESIGN, BRAND IMAGES AND CELEBRITY ENDORSER ON PURCHASE INTEREST OF FOCALLURE COSMETICS

(A CASE STUDY ON PT HEXINDO ADI PERKASA, TBK)

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of price, product design, brand image and Celebrity Endorsers on the purchase interest of Focallure cosmetics at PT Hexindo Adi Perkasa, Tbk.

The measurement scale in this study uses a Likert scale and the data is processed using the SPSS (*Statistical Package for Social Science). The populatin of the study is female employees who actively worked at the head office of PT Hexindo Adi perkasa, the sample is determined based on a saturated sampling method with a total sample of 45 respondents. Data collection techniques using questionnaire methods. Hypothesis testing using t-statistic , f-statistic and* R^2.

The results of this study can be concluded that, (1) Price partially had a significant effect on Purchase Interest, (2) Product Design partially had no significant effect on Buy Interest, (3) Brand Image had a partially significant effect on Buy Interest, (4) Celebrity Endorsers partially does not significantly influence Buy Interest. (5) Price, Product Design, Brand Image and Celebrity Endorsers simultaneously had significant effect on Purchase Interest.

Keywords : Price, Product Design, Celebrity Endorsers, Brand Image, and Purchase Interest

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

ABSTRACT ix

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN ..... Error! Bookmark not defined.

1.1 Latar Belakang Masalah ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.2 Perumusan Masalah ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.3 Tujuan Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.4 Manfaat Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB II KAJIAN PUSTAKA ..... Error! Bookmark not defined.

2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2 Landasan Teori 20

2.2.1 Pemasaran 20

Halaman

2.2.2 Harga 20

2.2.3 Desain Produk 24

2.2.4 Citra Merek (*Brand Image*) 26

2.2.5 Bintang Iklan (*Celebrity Endorser*) 28

2.2.6 Minat Beli 29

2.2.6.1 Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*) 29

2.2.6.2 Minat beli (Purchase Interest) 33

2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian 35

2.3.1 Pengaruh harga terhadap minat pembelian 35

2.3.2 Pengaruh desain produk terhadap minat pembelian 35

2.3.3 Pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap minat pembelian 36

2.3.4 Pengaruh bintang iklan (*celebrity endorser*) terhadap minat pembelian 36

2.3.5 Pengaruh harga, desain produk, citra merek (*brand image*) dan bintang iklan (*celebrity endorser*) terhadap minat pembelian 37

2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian 37

2.5 Kerangka Konseptual Penelitian 38

BAB III METODA PENELITIAN 39

3.1 Strategi Penelitian 39

3.2. Populasi dan Sampel 39

3.2.1 Populasi Penelitian 39

3.2.2 Sampling dan Sampel Penelitian 39

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data 40

3.4. Operasional Variabel 40

3.5 Metoda Analisis 42

Halaman

3.5.1 Skala Likert 43
3.5.2 Uji Validitas 43
3.5.3 Uji Reliabilitas 44
3.5.4 Uji Hipotesis (Uji *t)* 45
3.5.5 Uji Hipotesis (Uji *F*) 45
3.5.6 Koefisien Determinasi (R^2) 46
BAB IV HASIl PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 47
4.1 Deskripsi Objek Penelitian 47
4.1.1 PT Hexindo Adi Perkasa 47
4.1.2 Focallure 48
4.2 Deskripsi Responden 49
4.3 Deskripsi Data 50
4.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian 50
4.4.1 Uji Validitas 50
4.4.2 Uji Reliabilitas 54
4.5 Analisis Statistik Data 54
4.5.1 Uji Hipotesis (Uji t) 54
4.5.2 Uji Hipotesis (Uji *f*) 56
4.5.3 Koefisien Determinasi (R^2) 57
4.5.3.1 Koefisien Determinasi Parsial 57
4.5.3.2 Koefisien Determinasi Simultan 59
4.6 Temuan Hasil Penelitian 59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 63
5.1 Simpulan 63
5.2 Saran 64

Halaman

DAFTAR REFERENSI 65

LAMPIRAN 68

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 74

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang 12

Tabel 3.1. Indikator Variabel Penelitian 41

Tabel 4.1. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia 49

Tabel 4.2. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan.... 49

Tabel 4.3. Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan .. 50

Tabel 4.4. Uji Validitas Harga (X_1) 51

Tabel 4.5. Uji Validitas Desain Produk (X_2) 51

Tabel 4.6. Uji Validitas Citra Merek (X_3) 52

Tabel 4.7. Uji Validitas Bintang Iklan (X_4) 52

Tabel 4.8 Uji Validitas Minat Beli (Y) 53

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Seluruh Variabel Penelitian 54

Tabel 4.10 Hasil Uji T-Hitung 55

Tabel 4.11 Persentase DistribusiT-Tabel 55

Tabel 4.12 Hasil Uji F-Hitung 56

Tabel 4.13 Persentase Distribusi F-Tabel 56

Tabel 4.14 Koefisiensi Determinasi Harga (X_1) 57

Tabel 4.15 Koefisiensi Determinasi Desain Produk (X_2) 57

Tabel 4.16 Koefisiensi Determinasi Citra Merek (X_3) 58

Halaman

Tabel 4.17 Koefisiensi Determinasi Bintang Iklan (X_4) 58

Tabel 4.18 Koefisiensi Determinasi Harga (X_1), Desain Produk (X_2) Citra Merek (X_3) dan Bintang Iklan (X_4) 59

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen 30

Gambar 2.2. Kerangka Konseptual Penelitian 38

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 68

Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner 73

Lampiran 3. Daftar Riwayat Hidup 74