

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA
MEREK, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI PERILAKU
KONSUMEN KOSMETIK EMINA**

**(Studi Pada Warga RW.005 Kelurahan Rawamangun,
Kecamatan Pulogadung)**

SKRIPSI

SEPTIANY DEBARA

21150000180



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA
MEREK, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI PERILAKU
KONSUMEN KOSMETIK EMINA
(Studi Pada Warga RW.005 Kelurahan Rawamangun,
Kecamatan Pulogadung)**

SKRIPSI

SEPTIANY DEBARA

21150000180



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI PERILAKU KONSUMEN KOSMETIK EMINA

(Studi Pada Warga RW.005 Kelurahan Rawamangun, Kecamatan Pulogadung)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi 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 unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, .. Agustus 2021

SEPTIANY DEBARA

NPM 21150000180

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI PERILAKU KONSUMEN KOSMETIK EMINA

(Studi Pada Warga RW.005 Kelurahan Rawamangun, Kecamatan Pulogadung)

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 Imelda Aprileny, SE, ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, .. Agustus 2021

Menyetujui

Pembimbing,



Imelda Aprileny, SE, ME

Mengetahui

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



digitally signed


digitally signed by Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN





Skripsi dengan judul :

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI PERILAKU KONSUMEN KOSMETIK EMINA

(Studi Pada Warga RW.005 Kelurahan Rawamangun, Kecamatan Pulogadung)

telah diuji dalam suatu sidang. Skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal : .. Agustus 2021 dengan nilai ..

Panitia Ujian Skripsi

1.  ;
Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ;
Imelda Aprileny, SE, ME
(Pembimbing)
3.  ;
Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
(Anggota Penguji I)
4.  ;
Joko Bagio, SE, MM
(Anggota Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 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. Ibu Imelda Aprileny, SE, ME. Selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Ir. Ginanjar Syamsuar, ME dan Bapak Joko Bagio, SE, MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc. Selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Seluruh dosen, staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan pendidikan dan pengajaran serta bantuan kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
6. Kepala perpustakaan dan staff yang membantu dalam menyediakan sumber referensi buku untuk peneliti.
7. Orang tua dan keluarga peneliti terutama Mama saya yang telah memberikan bantuan doa, serta dukungan material dan moral yang sangat berarti bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Girls Squad dan seluruh sahabat yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu namanya, yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti.

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

Jakarta, .. Agustus 2021

SEPTIANY DEBARA

NPM 21150000180

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

NAMA : SEPTIANY DEBARA
NPM : 21150000180
Program Studi : S1 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*, CITRA MEREK, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI PERILAKU KONSUMEN KOSMETIK EMINA (Studi Pada Warga RW.005 Kelurahan Rawamangun, Kecamatan Pulogadung)

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 : Jakarta

Pada tanggal : .. Agustus 2021

Yang menyatakan,

SEPTIANY DEBARA

Septiany Debara
NPM : 21150000180

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :

Imelda Aprileny, SE, ME

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK, DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI PERILAKU KONSUMEN KOSMETIK EMINA**

**(Studi Pada Warga RW.005 Kelurahan Rawamangun, Kecamatan
Pulogadung)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *celebrity endorser*, citra merek dan promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan melalui perilaku konsumen kosmetik Emina.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi kuantitatif yang diukur dengan perhitungan korelasi (parsial dan simultan). Metoda pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling*, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 96 responden yang menggunakan produk kosmetik Emina. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*Path Analysis*).

Berdasarkan hasil perhitungan analisis, kesimpulannya adalah secara parsial diketahui bahwa *celebrity endorser* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Perilaku konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. *Celebrity endorser* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen. Citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen. Promosi penjualan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen. *Celebrity endorser* melalui perilaku konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Citra merek melalui perilaku konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Promosi penjualan melalui perilaku konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

***Kata Kunci : Celebrity Endorser, Citra Merek, Promosi Penjualan, Loyalitas
Pelanggan, Perilaku Konsumen***

Septiany Debara
NPM : 21150000180
S-1 Management Study Program

Advisor :
Imelda Aprileny, SE, ME

THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, AND SALES PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH EMINA COSMETIC CONSUMER BEHAVIOR

(Case Study in RW.005 Rawamangun sub-district, Pulogadung sub-district)

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence celebrity endorser, brand image and sales promotion have on customer loyalty through consumer behavior of Emina cosmetics.

The strategy used in this study is a quantitative strategy which is measured by calculating the correlation (partial and simultaneous). The sampling method used is non-probability sampling, using purposive sampling technique. Respondents in this study were 96 respondents who used Emina cosmetic products. The data analysis used in this research is path analysis.

The results based on the analysis, the conclusion is partially known that celebrity endorsers have no effect on customer loyalty. Brand image has no effect on customer loyalty. Sales promotion has a significant effect on customer loyalty. Consumer behavior has a significant effect on customer loyalty. Celebrity endorsers have a significant effect on consumer behavior. Brand image has a significant effect on consumer behavior. Sales promotion has no effect on consumer behavior. Celebrity endorser through consumer behavior has a significant effect on customer loyalty. Brand image through consumer behavior has a significant effect on customer loyalty. Sales promotion through consumer behavior has no effect on customer loyalty.

Keywords : Celebrity Endorser, Brand Image, Sales Promotion, Customer Loyalty, Consumer Behavior

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 UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	12
2.2. Landasan Teori.....	16
2.2.1. Celebrity Endorser.....	16
2.2.2. Citra Merek.....	17
2.2.3. Promosi Penjualan.....	19
2.2.4. Loyalitas Pelanggan	21
2.2.5. Perilaku Konsumen	21
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian	23

2.3.1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	23
2.3.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	24
2.3.3. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan	24
2.3.4. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan	24
2.3.5. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Perilaku Konsumen	24
2.3.6. Pengaruh Citra Merek Terhadap Perilaku Konsumen	25
2.3.7. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumen	25
2.3.8. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Perilaku Konsumen.....	25
2.3.9. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Perilaku Konsumen.....	25
2.3.10. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Perilaku Konsumen.....	26
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian	26
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	28
 BAB III METODA PENELITIAN	 29
3.1. Strategi Penelitian	29
3.2. Populasi dan Sampel	29
3.2.1. Populasi Penelitian	29
3.2.2. Sampling dan Sampel Penelitian.....	30
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	31
3.3.1. Sumber Data	31
3.3.2. Metoda Pengumpulan Data	32
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	33
3.5. Metoda Analisis Data	34
3.5.1. Metoda Pengolahan Data.....	34
3.5.2. Metoda Penyajian Data	34

3.5.3. Analisis Statistik Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.2. Deskripsi Responden.....	41
4.3. Deskripsi Data	43
4.3.1. Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	43
4.3.2. Deskripsi Variabel Citra Merek	44
4.3.3. Deskripsi Variabel Promosi Penjualan.....	45
4.3.4. Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	46
4.3.5. Deskripsi Variabel Perilaku Konsumen	47
4.4. Analisis Data	48
4.4.1. Evaluasi Measurement (Outer) Model	49
4.4.2. Evaluasi Inner Model	53
4.5. Pengujian Hipotesis.....	55
4.5.1. Pengujian Hipotesis H_1	56
4.5.2. Pengujian Hipotesis H_2	57
4.5.3. Pengujian Hipotesis H_3	58
4.5.4. Pengujian Hipotesis H_4	58
4.5.5. Pengujian Hipotesis H_5	59
4.5.6. Pengujian Hipotesis H_6	60
4.5.7. Pengujian Hipotesis H_7	60
4.5.8. Pengujian Hipotesis H_8	61
4.5.9. Pengujian Hipotesis H_9	62
4.5.10. Pengujian Hipotesis H_{10}	62
4.6. Temuan Hasil Penelitian	63
4.7.1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Emina	66
4.7.2. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Emina	66
4.7.3. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Emina	67

4.7.4. Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Emina	67
4.7.5. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Perilaku Konsumen Kosmetik Emina	68
4.7.6. Pengaruh Citra Merek terhadap Perilaku Konsumen Kosmetik Emina	68
4.7.7. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Perilaku Konsumen Kosmetik Emina	68
4.7.8. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Perilaku Konsumen Kosmetik Emina.....	69
4.7.9. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Perilaku Konsumen.....	69
4.7.10. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Perilaku Konsumen.....	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	71
5.1. SIMPULAN	71
5.2. SARAN	72
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	73
DAFTAR REFERENSI	74
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Instrumen Skala Likert	4
Tabel 3.2. Variabel dan Indikator Penelitian.....	33
Tabel 4.1. Data Responden Penelitian Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.2. Data Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.3. Data Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan.....	42
Tabel 4.4. Jumlah Skor Jawaban Responden Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X1).....	47
Tabel 4.5. Jumlah Skor Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X2)	48
Tabel 4.6. Jumlah Skor Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan (X3)	49
Tabel 4.7. Jumlah Skor Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	46
Tabel 4.8. Jumlah Skor Jawaban Responden Variabel Perilaku Konsumen (Z)	47
Tabel 4.9. <i>Outer Loadings</i>	53
Tabel 4.10. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	51
Tabel 4.11. <i>Average Variance Extracted</i>	51
Tabel 4.12. <i>Discriminant Validity</i>	52
Tabel 4.13. Nilai <i>R-Square</i>	54
Tabel 4.14. Nilai <i>Q-Square</i>	54
Tabel 4.15. <i>Goodness of Fit</i>	55
Tabel 4.16. <i>Path Coefficients</i>	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Total Penjualan Produk Emina di Shopee dan Tokopedia.....	4
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X_1).....	44
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek (X_2).....	45
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Promosi Penjualan (X_3).....	46
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	47
Gambar 4.5. Diagram Skala Likert Variabel Perilaku Konsumen (Z)	48
Gambar 4.6. Hasil PLS <i>Alogarithm</i>	49
Gambar 4.7. Hasil PLS <i>Boothstrapping</i>	53

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	78
Lampiran 2. Tabulasi Skor Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X1)	83
Lampiran 3. Tabulasi Skor Variabel Citra Merek (X2)	87
Lampiran 4. Tabulasi Skor Variabel Promosi Penjualan (X3)	91
Lampiran 5. Tabulasi Skor Variabel Perilaku Konsumen (Z)	95
Lampiran 6. Tabulasi Skor Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	99
Lampiran 7. Statistik Deskripsi Variabel	103
Lampiran 8. Hasil <i>PLS Alogarithm</i>	106
Lampiran 9. <i>Outer Loadings</i>	107
Lampiran 10. <i>Composite Realibility</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	108
Lampiran 11. <i>Discriminant Validity</i>	109
Lampiran 12. <i>Boothstrapping</i>	110
Lampiran 13. <i>R-Square, Q-Square, Goodness of Fit</i> (GoF)	111
Lampiran 14. Analisis Jalur	112
Lampiran 15. Surat Keterangan Riset	114