

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CELEBRITY*
ENDORSER DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKIN CARE* PADA
KLINIK KECANTIKAN MS GLOW BEKASI**

SKRIPSI

FAHIRA MUHAMMAD YUNUS

21170000388



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

JAKARTA

2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CELEBRITY*
ENDORSER DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKIN CARE* PADA
KLINIK KECANTIKAN MS GLOW BEKASI**

SKRIPSI

FAHIRA MUHAMMAD YUNUS

21170000388



**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 KUALITAS PRODUK, *CELEBRITY ENDORSER* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKIN CARE*
PADA KLINIK KECANTIKAN MS GLOW JAKARTA**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari Skripsi 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, 15 Juli 2021
Yang membuat pernyataan



Fahira Muhammad Yunus
NPK. 21170000388

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CELEBRITY ENDORSER* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKIN CARE*
PADA KLINIK KECANTIKAN MS GLOW JAKARTA**

Oleh:

FAHIRA MUHAMMAD YUNUS

21170000388

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan dari Bapak Rulland Willy Jack Sumampouw, S.E., M.Si dan diketahui oleh Kepala Program Studi S1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai Skripsi pada Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 15 Juli 2021

Pembimbing

Kepala Prodi S1 Manajemen



Rulland Willy Jack Sumampouw,SE.,M.Si Muhammad Ramaditya, BBA., M.S

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CELEBRITY ENDORSER* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKIN CARE*
PADA KLINIK KECANTIKAN MS GLOW JAKARTA**

telah diuji dalam suatu sidang Skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 16 Agustus 2021 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi



1. ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Kepala Program Studi S1 Manajemen)

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Rulland Willy Jack Sumampouw".

2. ; Rulland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si
(Pembimbing)



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

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Doddi Prastuti".

4. ; Doddi Prastuti, SE., MBA
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

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


Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini saya mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT dan menyampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Rulland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan dalam penelitian ini
2. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc Dan Doddi Prastuti, SE., MBA 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.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah mendidik dan mencurahkan ilmunya kepada penulis.
6. Pihak MS GLOW BEKASI yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penelitian perlukan.
7. Mama Eva yang tak pernah putus memberikan doa dan semangat dan untuk adik saya Syafiq yang selalu memberikan motivasi yang membangkitkan saya untuk berjuang dan menjadi lebih baik lagi.
8. Ryan Rezky yang telah menjadi *support system* serta sponsor selama proses kuliah dan skripsi ini berlangsung yang membuat saya menjadi lebih semangat lagi.

9. Sahabat saya Danty dan Fauziah yang telah banyak membantu saya selama proses skripsi ini berjalan.
10. Teman Seperjuangan saya “Keluarga Muhtadi” Alif yang selalu menyediakan tempat berkumpul untuk mengerjakan skripsi, dan raihan, ayu, nabil, christian, clarinta, yogi, bang bay, andi.
11. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days, for never quitting, for just being me at all times.*

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi terciptanya kesempurnaan dalam penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 15 Juli 2021



Fahira Muhammad Yunus

NPK 21170000388

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Fahira Muhammad Yunus
NPM : 21170000388
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 KUALITAS PRODUK, *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKIN CARE* PADA KLINIK KECANTIKAN MS GLOW JAKARTA

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 : 15 Juli 2021

Yang menyatakan,



Fahira Muhammad Yunus

Nama : Fahira Muhammad Yunus
NPM : 21170000388
Program Studi : Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing:
Rulland Willy Jack Sumampouw, S.E., M.Si

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKIN CARE* PADA KLINIK KECANTIKAN MS GLOW BEKASI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kualitas produk, *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *skin care* pada klinik kecantikan ms glow Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *skin care* pada klinik kecantikan MS Glow Bekasi.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang terdiri dari 23 pernyataan meliputi kualitas produk, *celebrity endorser*, *brand image*, dan keputusan pembelian. Sampel penelitian ini menggunakan *random sampling*, yang diambil dengan metode margin of error sehingga didapatkan subjek penelitian sebanyak 96 sampel. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif.

Hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas produk dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan *celebrity endorser* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun kualitas produk, *celebrity endorser* dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *skin care* klinik kecantikan MS Glow Bekasi.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian.

Name : Fahira Muhammad Yunus Supervisor :
NPM : 21170000388 Rulland Willy Jack Sumampouw, S.E., M.Si
Study Program : Degree of Management

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, CELEBRITY ENDORSER AND BRAND IMAGE ON SKIN CARE PURCHASE DECISION AT MS GLOW BEKASI BEAUTY CLINIC

ABSTRACT

This research is motivated by the quality of products, celebrity endorser and brand image to the decision to purchase skin care at the beauty clinic ms glow Bekasi. This research aims to find out the influence of product quality, celebrity endorser and brand image on skin care purchase decisions at MS Glow Bekasi beauty clinic.

This research is a quantitative descriptive research with data collection techniques using questionnaires consisting of 23 statements covering product quality, celebrity endorser, brand image, and purchasing decisions. This study sample uses random sampling, which is taken by margin of error method so that 96 samples were obtained by the study subjects. The data analysis used is quantitative descriptive analysis.

The results of the data analysis obtained show that the quality of products and brand image affects the purchase decision, while celebrity endorser has no effect on the purchase decision, but the quality of the product, celebrity endorser and brand image simultaneously affect the decision to purchase skin care beauty clinic MS Glow Bekasi.

Keywords: Product Quality, Celebrity Endorser, Brand Image, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iii
Persetujuan Pembimbing.....	iv
Halaman Pengesahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi.....	viii
Abstrak.....	ix
Abstract	x
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Tabel.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. Manajemen Pemasaran	10
2.2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.2.2.2 Konsep Manajemen Pemasaran	11
2.2.2.3 Tujuan Pemasaran	12
2.2.2. Kualitas Produk	13
2.2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	13
2.2.2.2 Indikator Kualitas Produk	13
2.2.3. <i>Celebrity Endorser</i>	14
2.2.3.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	14
2.2.3.2 Karakteristik <i>Celebrity Endorser</i>	14

2.2.4. <i>Brand Image</i>	15
2.2.4.1. Pengertian <i>Brand Image</i>	15
2.2.4.2. Indikator <i>Brand Image</i>	16
2.2.5 Keputusan Pembelian	17
2.2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.2.5.2 Proses Keputusan Pembelian	17
2.2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	18
2.2.6 Kajian MS Glow	19
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian	19
2.4. Pengembangan Hipotesis	20
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Strategi Penelitian	21
3.2. Populasi dan Sampel	21
3.2.1. Populasi Penelitian	21
3.2.2. Sampel Penelitian.....	22
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data	22
3.4. Operasionalisasi Variabel	24
3.5. Metode Analisis Data	26
3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif	26
3.5.2. Analisis Jawaban Responden	26
3.5.3. Analisis Statistik Data	27
3.5.3.1. Uji Validitas	27
3.5.3.2. Uji Reliabilitas	28
3.5.4. Analisis Korelasi dan Determinasi	28
3.5.4.1. Koefisien Korelasi	28
3.5.4.2. Koefisien Korelasi	29
3.5.5. Uji Hipotesis	29
3.5.5.1 Uji Parsial	30
3.5.5.2 Uji Simultan	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian	32
4.2. Analisis Deskripsi	33
4.2.1. Deskripsi Responden	33
4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden	34
4.2.2.1 Deskripsi Variabel	34
4.2.2.2 Indeks Kualitas Produk	34
4.2.2.3 Indeks Persepsi <i>Celebrity Endorser</i>	35
4.2.2.4 Indeks Persepsi <i>Brand Image</i>	36
4.2.2.5 Indeks Persepsi Keputusan Pembelian	36
4.3. Uji Instrumen	37
4.3.1. Uji Validitas	37
4.3.2. Uji Reliabilitas	39
4.4. Analisis Korelasi dan Determinasi	40
4.4.1. Koefisien Korelasi	40
4.4.2. Koefisien Determinasi	42
4.5. Uji Hipotesis	44
4.5.1. Uji Parsial (Uji t)	44
4.5.2. Uji Simultan (Uji F)	45

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	46
5.2. Saran	46

DAFTAR PUSTAKA	48
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	20
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Alternatif Jawaban dengan Skala Likert	23
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 3.3 Interval Koefisien Korelasi.....	29
Tabel 4.1 Deskripsi Responden	33
Tabel 4.2 Indeks Persepsi Kemudahan Penggunaan	34
Tabel 4.3 Indeks Persepsi <i>Celebrity Endorser</i>	35
Tabel 4.4 Indeks Persepsi <i>Brand Image</i>	36
Tabel 4.5 Indeks Persepsi Keputusan Pembelian	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i>	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	39
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Korelasi	41
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi	43
Tabel 4.13 Uji Parsial	44
Tabel 4.14 Uji Simultan	45