

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, KUALITAS  
PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK SCARLETT DI JABODETABEK**

**SKRIPSI**

**ESTER SARAH SIHOMBING  
21170000329**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2022**

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, KUALITAS  
PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK SCARLETT DI JABODETABEK**

**SKRIPSI**

**ESTER SARAH SIHOMBING  
21170000329**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2022**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT DI JABODETABEK**

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, Februari 2022



**Ester Sarah Sihombing**  
NPM : 21170000329

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT DI JABODETABEK**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Indra Sakti, SE, MM. 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,

Februari 2022

Pembimbing,



Dr. Indra Sakti, SE, MM

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.

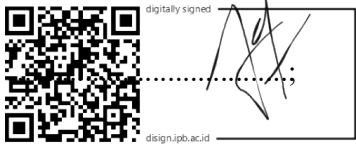

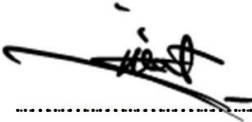
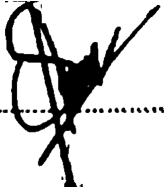
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT DI JABODETABEK**

telah diuji dalam suatu sidang Skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal     2022 dengan nilai     

#### **Panitia Ujian Skripsi**

1. ; Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc.  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Dr. Indra Sakti, SE, MM  
(Pembimbing)
3. ; Dr. Iman Sofian S, SE.,MBA., M.Com (hons)., Ak  
(Dosen penguji I)
4. ; Syarul Effendi, SE., MM  
(Dosen penguji II)

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Maha Esa atas yang telah dilimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

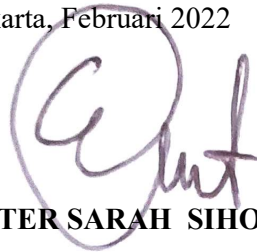
Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ungkapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. Indra Sakti, SE, MM, DR selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Iman Sofian S, SE.,MBA., M.Com (hons)., Ak dan Bapak Syarul Effendi, SE., MM selaku penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc., selaku Kepala Program Studi Stara 1 Manajemen.
4. Bapak Drs. Ridwan Manorong M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Ibu Dr. Diah Pranitasari, SP, MM selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Kepada seluruh dosen dan staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan sebagian ilmunya.
7. Kedua orang tua yang amat sangat saya sangat cintai dan sayangi, S. victor sihombing dan Ibu Landus situmorang, yang selalu memberikan semangat, dorongan, doa dan perhatian yang luar biasa besar. Serta Abang yang sangat saya cintai Abang Michael sihombing, Kakak Shinta hasibuan, Abang Josef

8. sihombing, kakak ovani manalu, Abang Paulus sihombing yang selalu memberikan semangat dan beri dukungan untuk terus berjuang.
9. Spesial kepada teman seperjuangan saya kakak ririn, Kakak bayu, Singse, Indah, Afrillita, Erika, Mega, Yohana, dan Dwi yang selalu memberikan semangat, doa, serta dukungan moril- material dengan keikhlasan yang begitu besar untuk saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Spesial kepada sepupu saya kakak lidia, kakak theresia yang selalu memberikan semangat, doa, serta dukungan moril-material dengan keikhlasan yang begitu besar untuk saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Segenap Scarlett yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
12. Segenap teman-teman Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) khususnya kelas Reguler Karyawan Manajemen dan Akuntansi Jakarta Angkatan 2017 dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih sebanyak-banyaknya atas masukan-masukan yang membangun dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

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

Jakarta, Februari 2022



**ESTER SARAH SIHOMBING**

**21170000329**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Ester Sarah Sihombing  
NPM : 21170000329  
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 :

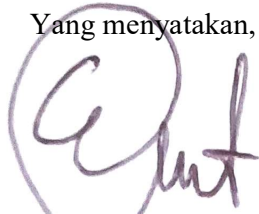
### **PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT DI JABODETABEK**

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 peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : Februari 2022

Yang menyatakan,



Ester Sarah Sihombing



Ester Sarah Sihombing  
NPM : 21170000329  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Dr. Indra Sakti, SE., MM

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, KUALITAS PRODUK,  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SCARLETT DI JABODETABEK**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh celebrity endorser, kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian produk scarlett di jabodetabek. Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian yang bersifat asosiatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data yang bersifat kuantitatif yaitu berupa hasil kuesioner yang diisi oleh responden yang merupakan konsumen produk scarlett.

Hasil penelitian membuktikan bahwa: 1) Celebrity Endorser berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan 4) celebrity endorser, Kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

***Kata kunci* : Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian**

Ester Sarah Sihombing  
NPM : 21170000329  
Program Studi S-1 Manajemen

*Advisor :*  
Dr. Indra Sakti, SE., MM.

**THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSER, PRODUCT QUALITY,  
PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF SCARLETT PRODUCTS IN  
JABODETABEK**

***ABSTRACT***

This study aims to determine the effect of celebrity endorser, product quality, price on purchasing decisions for scarlett products in Jabodetabek. The research strategy used in this research is an associative research strategy with the research method used is the survey method. In this study, researchers used quantitative data, namely the results of questionnaires filled out by respondents who were consumers of Scarlett products.

The results of the study prove that: 1) Celebrity Endorser has an effect on purchasing decisions, 2) Product quality has an effect on purchasing decisions, 3) price has an effect on purchasing decisions, and 4) celebrity endorser, product quality, and price have an effect on purchase intention.

***Keywords:* Celebrity Endorser, Product Quality, Price and Purchase Decision.**

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Review Hasil- Hasil Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Landasan Teori.....	6
2.2.1. Bauran Pemasaran.....	6
2.2.2. Celebrity Endorser .....	7
2.2.3. Kualitas Produk.....	10
2.2.4. Harga .....	12
2.2.5. Keputusan Pembelian.....	18
2.3. Keterkaitan Antarvariabel Penelitian .....	23
2.3.1. Pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian	23
2.3.2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	24

2.3.3. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian .....	24
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	25
2.5. Kerangka Konseptual Pemikiran.....	25
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	27
3.2. Populasi dan Sampel .....	27
3.2.1. Populasi penelitian.....	27
3.2.2. <i>Sampling</i> dan Sampel penelitian .....	28
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	29
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	30
3.5. Metoda Analisis Data.....	40
3.5.1. Uji Statistik Deskriptif.....	40
3.5.2. Uji Kualitas Data .....	40
3.5.3. Uji Asumsi Klasik .....	41
3.5.4. Uji hipotesis.....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1. Deskripsi Perusahaan .....	45
4.1.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	45
4.2. Deskripsi Responden.....	45
4.3. Hasil Uji Kualitas Data .....	50
4.3.1. Hasil Uji Validitas .....	50
4.3.2. Hasil Uji Reabilitas.....	53
4.4. Uji Asumsi Klasik .....	53
4.4.1. Uji Normalitas .....	53
4.4.2. Uji Multikolinearitas .....	55
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas .....	56
4.5. Uji Analisis Data .....	57
4.5.1. Uji Regresi Linier Berganda.....	57
4.5.2. Uji Statistik t.....	58
4.5.3. Uji Statistik F.....	60

4.5.4. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	60
4.6. Pembahasan penelitian .....	61
4.6.1. Pengaruh celebrity endorser endorser terhadap keputusan pembelian .....	61
4.6.2. Pengaruh Kualiatas produk terhadap Keputusan Pembelian .....	62
4.6.3. Pengaruh celebrity endorser, kualitas produk, harga terhadap keputusan Pembelian.....	62
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1. Simpulan .....	64
5.2. Saran.....	64
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	65
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 3.1</b> Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian .....	30
<b>Tabel 3.2.</b> Operasional variabel dan skala pengukuran variabel celebrity endorser .....	32
<b>Tabel 3.3.</b> Operasional Variabel Dan Skala Pengukuran Variabel Kualitas Produk .....	34
<b>Tabel 3.4.</b> Operasional dan Skala Pengukuran Variabel Harga .....	35
<b>Tabel 3.5.</b> Operasional dan Skala Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian .....	37
<b>Tabel 4.1.</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
<b>Tabel 4.2.</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	46
<b>Tabel 4.3.</b> deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	47
<b>Tabel 4.4.</b> deskripsi responden berdasarkan pekerjaan.....	47
<b>Tabel 4.5.</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Produk Scarlett yang Dipakai .....	48
<b>Tabel 4.6.</b> deskripsi responden berdasarkan lama menjadi konsumen produk Scarlett .....	48
<b>Tabel 4.7.</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Lokasi Tempat Tinggal .....	49
<b>Tabel 4.8.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser.....	50
<b>Tabel 4.9.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	51
<b>Tabel 4.10.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	51
<b>Tabel 4.11.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	52
<b>Tabel 4.12.</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	53
<b>Tabel 4.13.</b> Hasil Uji Non Parametrik Kolmogorov-Smirnov .....	54
<b>Tabel 4.14.</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
<b>Tabel 4.15.</b> Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
<b>Tabel 4.16.</b> Hasil Uji Statistik t.....	59
<b>Tabel 4.17.</b> Hasil Uji Statistik F.....	60
<b>Tabel 4.18.</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	61

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.2</b> Kerangka Konseptual Penelitian.....	25
<b>Gambar 4.1</b> Grafik Uji Normalitas .....	55
<b>Gambar 4.2</b> Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian .....	68
<b>Lampiran 2.</b> Hasil Kuesioner Pertanyaan Penelitian .....	74
<b>Lampiran 3.</b> Output SPSS.....	90
<b>Lampiran 4.</b> Surat Keterangan Riset.....	100
<b>Lampiran 5.</b> Daftar Riwayat Hidup .....	101