

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING (STUDI PADA KONSUMEN MAHASISWI STIESIA SURABAYA)



Oleh:

NADINE TITANIA PUTRI HENDIAKA

NPM: 19.1.02.11959

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2023

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING (STUDI PADA KONSUMEN MAHASISWI STIESIA SURABAYA)



Oleh:

NADINE TITANIA PUTRI HENDIAKA

NPM: 19.1.02.11959

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2023

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING (STUDI PADA KONSUMEN MAHASISWI STIESIA SURABAYA)

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran**

Oleh :

Nadine Titania Putri Hendiaka

NPM : 19.1.02.11959

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA**

2023

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE DAN
BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK SCARLETT WHITENING
(STUDI PADA KONSUMEN MAHASISWI STIESIA SURABAYA)**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

**NADINE TITANIA PUTRI HENDIAKA
NPM : 19.1.02.11959**

**Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada tanggal 18 Maret 2023**

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Triyonowati, M.Si.

Anggota : 1. Okto Aditya Suryawirawan, S.M., M.S.M.

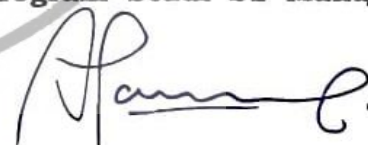
2. Anton Eko Yulianto, S.E., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Anton Eko Yulianto, S.E., M.M.

Dr. Suwitho, M.Si.



Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **NADINE TITANIA P.H**

N.P.M : **19.1.02.11959**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING (STUDI PADA KONSUMEN MAHASISWI STIESIA SURABAYA)

Diajukan untuk diuji pada tanggal 18 Maret 2023 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal terima.

Surabaya, 18 Maret 2023

Yang membuat pernyataan,


370AJX993017711
Nadine Titania P.H

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Nadine Titania Putri Hendiaka
NPM : 19.1.02.11959
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 18 Maret 2001
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 3 (Tiga)/ 2 (Kedua)
Alamat Rumah : JL. Kapas Madya 2D No.12 Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Hendiaka Yuliana S
Alamat Rumah/Telepon : JL. Kapas Madya 2D No.12 Surabaya
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Pegawai Swasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD Negeri Simokerto 6/139 tahun 2013.
2. Tamat SLTP di SMP Negeri 41 Surabaya tahun 2016.
3. Tamat SLTA di SMA GIKI 2 Surabaya tahun 2019.
4. Pendidikan Tinggi

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VII	2019-2023	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Nadine Titania P.H

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah swt atas segala limpahan rahmat, hidayah serta Inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “ ***PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING (STUDI PADA KONSUMEN STIESIA SURABAYA)***)

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi demi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STESIA) Surabaya. Penulis menyadari bahwa terselesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak, maka pada kesempatan ini tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Anton Eko Yulianto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktunya, pengarahan, bimbingan serta dukungan semangat dan penuh kesabaran kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal Ilmu Pengetahuan yang sangat bermanfaat selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
5. Kepada Orang Tua saya yang telah mendukung saya dan memberikan doa tiada henti dalam menempuh pendidikan baik secara moral maupun materil.
6. Untuk Abel Primavera Isnasaputra yang selalu menjadi support system terbaik saya dalam menyelesaikan proses penulisan skripsi ini.
7. Untuk sahabat saya Tarisma Hani , Tamarine Maulidina, Celine Xenia, Saninda Putri dan teman SM-5 yang telah berjuang dalam penyelesaian perkuliahan selama ini serta memberikan dukungan menyelesaikan penelitian ini.
8. Semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan dukungan dan bantuan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terima kasih

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca dalam memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca,

Surabaya, 18 Maret 2023

Nadine Titania P.H

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Tinjauan Teoritis	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Celebrity Endorser	11
2.1.3 Brand Image.....	16
2.1.4 <i>Brand Trust</i>	22
2.1.5 Keputusan Pembelian	24
2.1.6 Penelitian Terdahulu	30

2.2 Kerangka Konseptual	35
2.3 Pengembangan Hipotesis	36
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	39
3.1.1 Jenis Penelitian	39
3.1.2 Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	39
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.3 Teknik Pengambilan Data	42
3.3.1 Jenis Data	42
3.3.2 Sumber Data	42
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	44
3.4.1 Variabel Penelitian.....	44
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	45
3.5 Teknik Analisis Data.....	49
3.5.1 Uji Instrumen	50
3.5.2 Analisis regresi linier berganda	52
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.5.4 Uji Kelayakan Model.....	54
3.5.5 Uji Hipotesis (Uji t)	55
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Penelitian	56
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	56
4.1.2 Deskriptif Karakteristik Responden.....	58
4.1.3 Deskriptif Hasil Penelitian.....	61
4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	69
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.1.6 Analisis Regresi Linier Berganda	75
4.1.7 Uji Kelayakan Model.....	77
4.1.8 Uji Hipotesis	79
4.2 Pembahasan.....	80

4.2.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian	80
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	81
4.2.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
BAB 5 PENUTUP	84
5.1 Simpulan	84
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	85
5.3 Saran.....	85
JADWAL PENELITIAN	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Skincare.....	3
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3 Skala likert	44
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 6 Responden Berdasarkan Program Studi.....	60
Tabel 7 Interval Kelas	62
Tabel 8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Celebrity Endorser.....	63
Tabel 9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Brand Image.....	65
Tabel 10 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Trust.....	66
Tabel 11 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 12 Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel 13 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 14 Uji Multikolinearitas	73
Tabel 15 Uji Regresi Linier Berganda	75
Tabel 16 Hasil Uji Statistik F.....	77
Tabel 17 Uji Koefisien Determinasi.....	78
Tabel 18 Uji Hipotesis.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Proses Keputusan Pembelian.....	25
Gambar 2 Kerangka konseptual	35
Gambar 3 Hasil Uji Normalitas P-P Plot	72
Gambar 4 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	90
Lampiran 2 Hasil Tabulasi.....	95
Lampiran 3 Hasil Output SPSS V.26 Statistik Deskriptif.....	100
Lampiran 4 Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas	107
Lampiran 5 Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik.....	112
Lampiran 6 Hasil Output SPSS Uji Kelayakan Model	114

