

**PENGARUH CITRA MEREK DAN *CELEBRITY ENDORSER*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK
WARDAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
PRODI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS
PENDIDIKAN GANESHA)**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2022

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT - SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA EKONOMI**



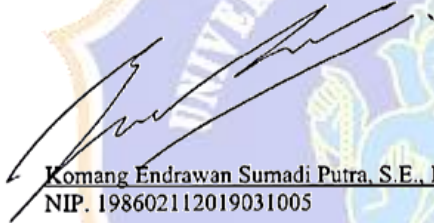
Skripsi oleh Gusti Ayu Anika Sudiadnyani
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 21 Februari 2022

Dewan Penguji,



Drs. Wayan Cipta, M.M
NIP. 195912311986031019

(Ketua)



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M
NIP. 198602112019031005

(Anggota)



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si
NIP. 198502202010121007

(Anggota)



Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 21 Februari 2022

Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Komang Krisna Hervanda S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Gede Adi Yuharta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha)” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam bidang keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.



Singaraja, 21 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,



Gusti Ayu Anika Sudiadnyani
NIM. 1817041277

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa/Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmat dan karunianya lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha)”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, arahan, serta bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E, M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
5. Drs. Wayan Cipta, M.M. selaku Pembimbing I, sekaligus selaku Pembimbing Akademik yang membimbing dengan penuh kesabaran, memberikan motivasi, saran dan penuh tanggung jawab, memberikan semangat mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. selaku Pembimbing II yang dengan segala tanggung jawab dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen, Kepala Tata usaha serta staf di Jurusan Manajemen yang selalu mendidik dan memberikan saran selama penulis belajar di Program Studi Manajemen.
8. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku yang dibutuhkan selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Kedua orang tua saya, Gusti Ketut Susila Dharma dan Jro Nyoman Nayaraga serta Saudara saya, Ni Gusti Nyoman Dera Swantiani yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan serta doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman kelas A dan G terima kasih telah menemani dari awal perkuliahan sampai semester tua. Terima kasih kenangan indah kalian dan warna-warni masa kuliah.

11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Singaraja, 21 Februari 2022

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Pembatasan Masalah.....	14
1.4 Rumusan Masalah.....	14
1.5 Tujuan Penelitian	15
1.6 Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Deskripsi Teoretis	16
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	16
2.1.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	17
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	17
2.1.2 Citra Merek	18
2.1.2.1 Definisi Citra Merek	18
2.1.2.2 Dimensi Citra Merek.....	19
2.1.2.3 Indikator Citra Merek	20
2.1.3 Celebrity Endorser	20
2.1.3.1 Definisi <i>Celebrity Endorser</i>	20
2.1.3.2 Dimensi <i>Celebrity Endorser</i>	21
2.1.3.3 Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	22
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	27

2.3.1 Hubungan Citra Merek dan <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3.2 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3.3 Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4 Kerangka Berpikir.....	29
2.5 Hipotesis Penelitian	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.2 Rancangan Penelitian.....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	33
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
3.7 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	36
3.7.1 Pengujian Instrumen Penelitian	38
3.8 Metode dan Teknik Analisis Data.....	40
3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.8.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	43
3.9 Uji Hipotesis	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

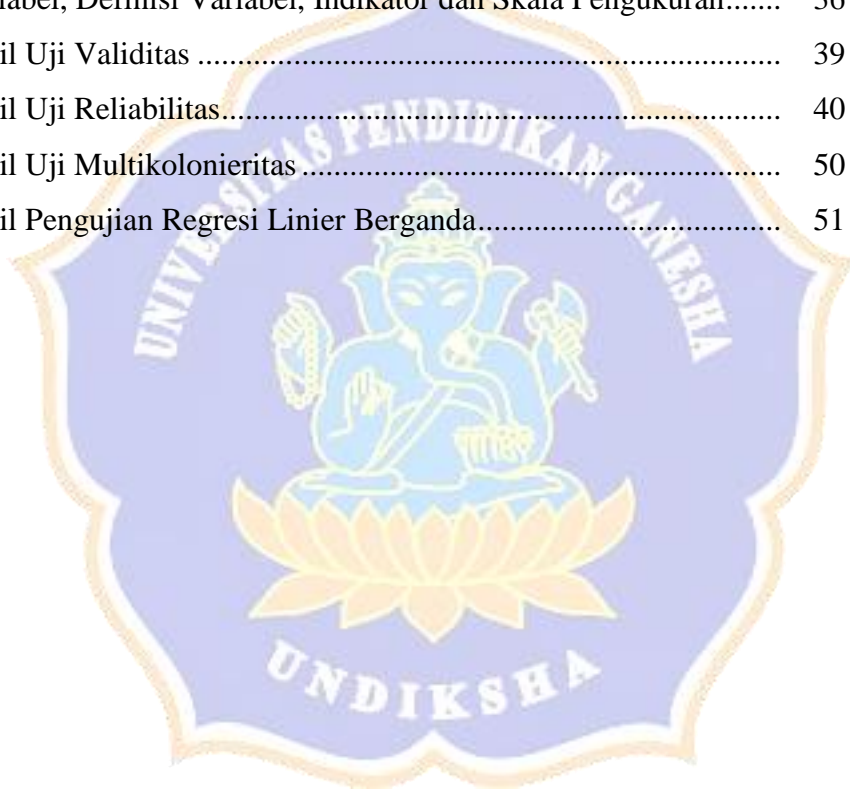
4.1 Deskripsi Data.....	46
4.2 Pengujian Asumsi	49
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	51
4.2.3 Analisis Koefisien Determinasi	53
4.3 Pengujian Hipotesis	54
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	56
4.5 Implikasi	60

BAB V PENUTUP	
5.1 Rangkuman	62
5.2 Simpulan	64
5.3 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	72



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index Merek Lipstik di Indonesia Tahun 2017-2020..	5
Tabel 1.2 Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian	7
Tabel 1.3 Observasi Awal Variabel Citra Merek.....	8
Tabel 1.4 Observasi Awal Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	10
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	23
Tabel 2.1 (Lanjutan) Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	24
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Variabel, Indikator dan Skala Pengukuran.....	36
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolonieritas	50
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 <i>Brand</i> Kosmetik dengan Penjualan Terbanyak Tahun 2020	3
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh Citra Merek dan <i>Celebrity</i> <i>Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha)	29
Gambar 4.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	46
Gambar 4.2 Deskripsi Responden berdasarkan Usia	47
Gambar 4.3 Deskripsi Responden berdasarkan Semester.....	47
Gambar 4.4 Deskripsi Responden berdasarkan Jumlah Pembelian Produk Lipstik Wardah.....	48
Gambar 4.5 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik Normal P-plot.....	49
Gambar 4.6 Hasil Pengujian Heterokedasitas menggunakan <i>Scatterplot</i>	50
Gambar 4.7 Struktur Hubungan Pengaruh Citra Merek Dan <i>Celebrity</i> <i>Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha)	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Produk Kosmetik Wardah yang Masuk Kategori Top 2017 2020.....	72
Lampiran 02. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentang Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel Citra Merek, <i>Celebrity Endorser</i> , Keputusan Pembelian	73
Lampiran 03. Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 04. Data Observasi Awal Variabel Citra Merek (X_1) dan <i>Celebrity Endorser</i> (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	82
Lampiran 05. Data Kuesioner	84
Lampiran 06. Output SPSS	88

