

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK OBAT JERAWAT MEREK
ACNES DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI



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

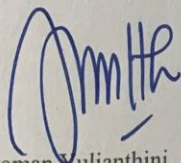
2022

SKRIPSI

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

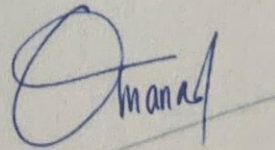
Menyetujui

Pembimbing I,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198502202010121007

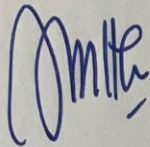
Pembimbing II,



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.
NIP. 198207292010122003

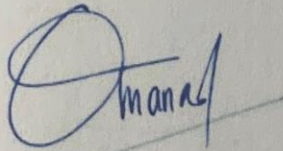
Skripsi Oleh Ni Kadek Dani Maryanti
telah dipertahankan didepan dewan penguji
pada tanggal 22 Februari 2022

Dewan Penguji,



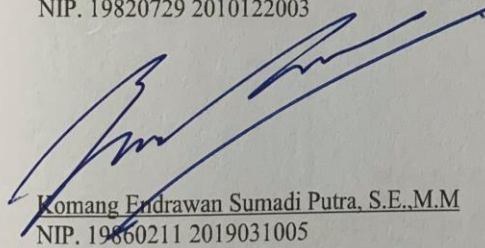
Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198502202010121007

(Ketua)



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.
NIP. 19820729 2010122003

(Anggota)



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP. 19860211 2019031005

(Anggota)

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

Pada:

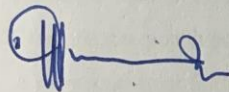
Hari : Kamis

Tanggal : 21 April 2022

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



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



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

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi



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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Jerawat Merek Acnes di Kota Singaraja” 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 masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 21 April 2022

Yang membuat pernyataan,



Ni Kadek Dani Maryanti

NIM. 1817041122

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa karena atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, skripsi dengan judul “**Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Jerawat Merek Acnes di Kota Singaraja**” dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Terselesaikan skripsi ini berkat bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat mengatasi hambatan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini diucapkan terimakasih 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.Ak., M.Si., 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 dan Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk, dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan motivasi, saran, dan selalu bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab, kesabaran dan semangat telah membimbing serta mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
7. Yang paling istimewa tentunya kedua orang tua (I Ketut Suartana dan Ni Made Sutarmi) dan ketiga saudara (Ni Luh Kusmasrini, Komang Dian Andayani, dan Ni Ketut Cika Darmayanti) yang tiada henti selalu memberikan dukungan, motivasi, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman, sahabat, dan pacar yang selalu memberikan dukungan serta motivasi untuk selalu berjuang dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan kemampuan dalam penyusunan skripsi ini, masih jauh dari sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.

Singaraja, Februari 2022

Penulis,



DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	10
1.3 Pembatasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN TEORI.....	13
2.1 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.1 Pengertian keputusan pembelian.....	13
2.1.2 Dimensi keputusan pembelian.....	14
2.1.3 Indikator keputusan pembelian.....	14
2.2 <i>Celebrity Endorser</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>celebrity endorser</i>	15
2.2.2 Dimensi <i>celebrity endorser</i>	16
2.2.3 Indikator <i>celebrity endorser</i>	17
2.3 Kualitas Produk.....	18
2.3.1 Pengertian kualitas produk.....	17
2.3.2 Dimensi kualitas produk.....	18
2.3.3 Indikator kualitas produk.....	19

2.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	20
2.5 Hubungan pengaruh antar variabel.....	23
2.5.1 Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	23
2.5.2 Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> dan Keputusan Pembelian	24
2.5.3 Hubungan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	25
2.6 Kerangka Berpikir	25
2.7 Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2 Rancangan Penelitian	27
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	28
3.4 Sampel Penelitian	28
3.5 Definisi Operasional Variabel dalam Penelitian	29
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	30
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	31
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data	35
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.8 Pengujian Hipotesis	38
3.8.1 Uji F (Secara Simultan)	38
3.8.2 Uji t (Secara Parsial)	39
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Data	41
4.2 Pengujian Asumsi.....	42
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.2.2 Analisis Linier Berganda	45
4.2.3 Analisis Koefisien Determinasi	46

4.3 Pengujian Hipotesis	47
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	49
4.5 Implikasi Penelitian	54
BAB V PENUTUP.....	56
5.1 Rangkuman.....	56
5.2 Simpulan.....	57
5.3 Saran.....	58
DAFTAR RUJUKAN	60
LAMPIRAN.....	63



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Kategori Perawatan Pribadi Jenis Obat Jerawat 2017-2020	3
Tabel 1.2 Hasil Kuesioner Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian terhadap Produk Obat Jerawat Merek Acnes di Kota Singaraja	4
Tabel 1.3 Hasil Kuesioner Observasi Awal Variabel <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Produk Obat Jerawat Merek Acnes di Kota Singaraja	7
Tabel 1.4 Hasil Kuesioner Observasi Awal Variabel Kualitas Produk terhadap Produk Obat Jerawat Merek Acnes di Kota Singaraja	9
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Operational Variabel Penelitian	29
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	32
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Sampel Besar	33
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	34
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	34
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas Data	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinieritas	43
Tabel 4.4 Ringkasan Hasil <i>Output</i> SPP Analisis Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.5 Hasil Uji F Pengaruh Secara Simultan	47
Tabel 4.6 Hasil Uji t Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dan Kualitas Produk	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir <i>Celebrity Endorser</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	25
Gambar 4.1 Grafik normal <i>P-P Plot Of Regression Standardized Residual</i>	42
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
Gambar 4.3 Struktur Hubungan Pengaruh Variabel <i>Celebrity Endorser</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Jerawat Merek Acnes.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. <i>Top Brand Index</i>	63
Lampiran 02. Lampiran 2. Tabulasi Data Observasi Awal Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	64
Lampiran 03. Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 04. Deskripsi Data Responden.....	70
Lampiran 05. Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Kecil	71
Lampiran 06. Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Besar.....	74
Lampiran 07. Hasil Uji Instrumen <i>Output SPSS 25.0 For</i> <i>Windows</i> , Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	83
Lampiran 08. Hasil Uji Asumsi Klasik <i>Output SPSS 25.0 For</i> <i>Windows</i> , <i>Celebrity Endorser</i> (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y).....	89
Lampiran 09. Hasil Uji Regresi Linier Berganda <i>Output Spss 25 For</i> <i>Windows</i> , <i>Celebrity Endorser</i> (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y).....	91
Lampiran 10. Analisis Deskriptif Variabel	92