

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOSMETIK *MAKE OVER*
DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**

**OLEH
NAFIRA DAMARIS WABANG
NIM 1717041260**

**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**

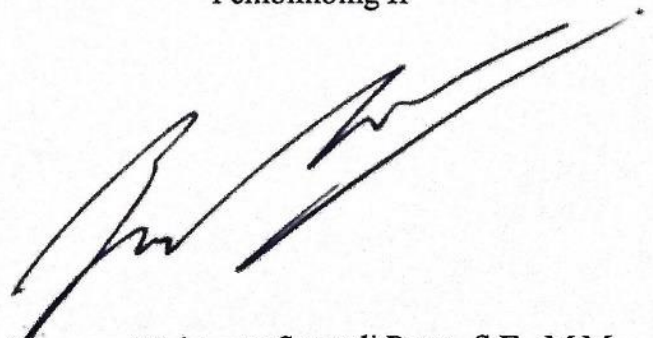
Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si
NIP. 197611102014042001

Pembimbing II



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

Skripsi oleh Nafira Damaris Wabang ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji

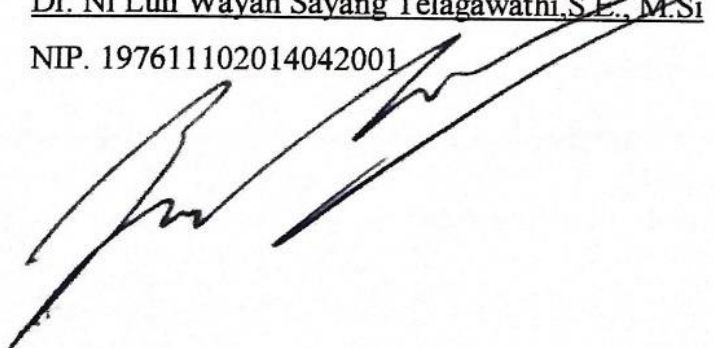
pada tanggal 20 Juli 2022

Dewan Penguji,



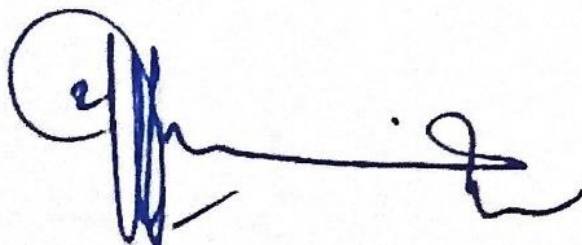
(Ketua)

Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si
NIP. 197611102014042001



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

(Anggota)



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. (Ketua)
NIP. 196810291993032001

(Anggota)

Diterima Oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi

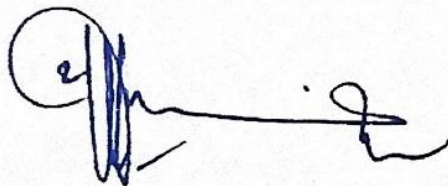
Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 20 Juli 2022

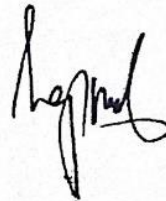
Mengetahui,

Ketua Ujian,



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

Sekretaris Ujian,



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



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. 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 *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik *Make Over* di Kota Singaraja” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan 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 kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 14 Oktober 2022

Yang membuat pernyataan,



Naffra Damaris Wabang

NIM. 1717041260

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik *Make Over* di Kota Singaraja” dapat diselesaikan.

Terselesaikan skripsi ini berkat bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulisan dapat mengatasi hambatan-hambatan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih yang sangat tulus 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.
- 4) Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- 5) Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, S.E., M.Si selaku Pembimbing I yang telah bertanggung jawab dan memberi ketegasan ketika memberikan bimbingan, arahan serta saran yang membangun.
- 6) Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan serta saran yang membangun untuk penulis.
- 7) Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Program Studi Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
- 8) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi dan petunjuk selama perkuliahan.
- 9) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini berlangsung.

- 10) Kedua orang tua (Marthin Luter Wabang dan Endah Kurniasih), serta saudara-saudara tercinta yang tiada hentinya selalu memberikan semangat dan dorongan moral dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 11) Keluarga besar GBIS Bukit Doa Singaraja yang selalu mengingatkan, menguatkan, memberi semangat dan dukungan doa dalam setiap proses penyusunan skripsi ini.
- 12) Teman terdekat semasa menjalani perkuliahan (Budhi, Rosa, Rika, Mauli, Ficky), yang tidak pernah lupa untuk membantu, memotivasi, menyemangati, dan doa sehingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
- 13) Teman-teman kelas F Manajemen angkatan 2017.
- 14) Teman-teman program studi Manajemen angkatan 2017.
- 15) Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu pada kesempatan ini, terima kasih atas dukungan dan kepercayaan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa apapun yang tersaji dalam karya skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis mengharapkan adanya saran maupun kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya di bidang manajemen pemasaran.

Singaraja, 2022

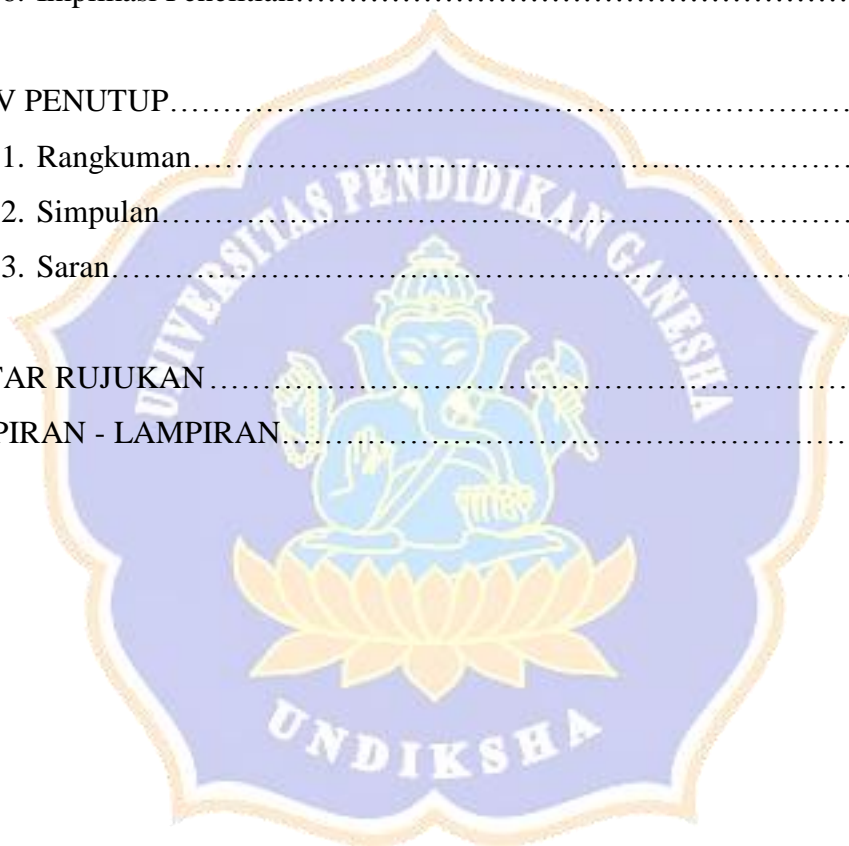
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	10
1.3. Pembatasan Masalah.....	10
1.4. Rumusan Masalah.....	11
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Hasil Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN TEORI.....	13
2.1. Bauran Pemasaran.....	13
2.2. Keputusan Pembelian.....	15
2.2.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.2.2. Proses Pengambilan Keputusan.....	15
2.2.3. Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.3. <i>Celebrity Endorser</i>	18
2.3.1. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	18
2.3.2. Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	19
2.4. <i>Brand Image</i>	20
2.4.1. Pengertian <i>Brand Image</i>	20
2.4.2. Indikator <i>Brand Image</i>	21
2.5. Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	22

2.6. Hubungan Antar Variabel.....	25
2.6.1. Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.6.2. Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.6.3. Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.7. Kerangka Berpikir.....	27
2.8. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
3.2. Rancangan Penelitian.....	29
3.3. Subjek dan Objek Penelitian.....	30
3.4. Sampel Penelitian.....	30
3.5. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
3.6. Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	32
3.6.1. Metode Pengumpulan Data.....	32
3.6.2. Instrumen Pengumpulan Data.....	32
3.7. Metode dan Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1. Uji Asumsi Klasik.....	35
3.7.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
3.7.3. Hipotesis Statistik.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Deskripsi Data.....	41
4.2. Pengujian Asumsi Klasik.....	42
4.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
4.4. Pengujian Hipotesis.....	47
4.4.1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	47
4.4.2. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	47

4.4.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	48
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
4.5.1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	48
4.5.2. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.5.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.5.4. Keterbatasan Penelitian.....	53
4.6. Implikasi Penelitian.....	53
BAB V PENUTUP	55
5.1. Rangkuman.....	55
5.2. Simpulan.....	56
5.3. Saran.....	57
DAFTAR RUJUKAN	59
LAMPIRAN - LAMPIRAN	65



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Definisi operasional variabel penelitian.....	31
Tabel 3.2 Hasil uji validitas sampel kecil.....	33
Tabel 3.3 Hasil uji reliabilitas sampel kecil.....	35
Tabel 4.1 Hasil uji multikolinieritas.....	43
Tabel 4.2 Hasil uji koefisien determinasi.....	45
Tabel 4.3 Hasil uji statistik F.....	45
Tabel 4.4 Hasil uji statistik t.....	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran tentang pengaruh <i>celebrity endorser</i> dan <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian kosmetik <i>Make Over</i> di kota singaraja.....	27
Gambar 4.1 Hasil pengujian normalitas menggunakan grafik histogram <i>p-plot</i>	42
Gambar 4.2 Hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan <i>scatterplot</i>	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1	66
Lampiran 2	67
Lampiran 3	68
Lampiran 4	69
Lampiran 5	70
Lampiran 6	73
Lampiran 7	78
Lampiran 8	80
Lampiran 9	85
Lampiran 10	87
Lampiran 11	97
Lampiran 12	98

