

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* DIMEDIASI
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK SCARLETT WHITENING
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER AND BRAND IMAGE
MEDIATED CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER
LOYALTY ON SCARLETT WHITENING PRODUCTS
(Study in Students of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

**SHINTA DWI APRIYANI
20180410312**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Shinta Dwi Apriyani
NIM : 20180410312
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Judul Penelitian : Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Dimediasi
Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada
Produk Scarlett Whitening.

Dengan ini menyatakan bahwa judul tersebut tidak pernah diterbitkan oleh peneliti lain guna memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan secara tertulis penelitian ini mendapatkan acuan yang disebutkan dalam Daftar Pustaka. Peneliti bersedia dikenakan sanksi dengan melakukan penelitian ulang apabila penelitian peneliti menjiplak/ plagiat hasil karya penelitian orang lain.

Yogyakarta, 25 Februari 2022



Shinta Dwi Apriyani

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Dimediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Scarlett Whitening” dengan lancar. Tidak lupa shalawat serta salam kepada Rasulullah SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua. Saya persembahkan karya tulis ini kepada pihak yang berpengaruh dalam kehidupan saya yaitu :

1. Orang tua saya, Alm. Ayahanda Idris Aziz dan Ibunda Eny Mardiyatun yang selalu memberikan perhatian, do'a serta selalu memberi semangat dan dukungan penuh dalam segala hal. Serta kakak dan adik yang memberikan semangat untuk saya.
2. Seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan dan do'a agar selalu diberikan kelancaran dalam beraktifitas.
3. Sahabat dan teman-teman saya yang selalu memberikan semangat dalam menempuh pendidikan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING”** serta shalawat dan salam kepada Rasulullah SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Dimediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Scarlett Whitening”* yang didampingi oleh Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE., M.M untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan pendidikan studi Strata-I Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan do'a dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, MP, IPM Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Rizal Yaya, SE., M.Sc., Ph.D., CA., CRP Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, M.Si Selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dalam menyempurnakan skripsi ini akan diterima untuk pembelajaran selanjutnya. Suatu harapan untuk peneliti apabila karya tulis ini bermanfaat bagi orang lain.

Yogyakarta, 25 Februari 2022

Peneliti



Shinta Dwi Apriyani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktik	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. <i>Celebrity Endorser</i>	12
2. <i>Brand Image</i>	15
3. Kepuasan Pelanggan.....	18
4. Loyalitas Pelanggan.....	19
B. Hasil Penelitian Terdahulu	20
C. Pengembangan Hipotesis	25
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	25
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	26
3. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	27
4. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	27
5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28

6. Pengaruh <i>Brand Image</i> Dimediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	29
7. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Dimediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	30
D. Model Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Subjek dan Objek Penelitian	33
1. Subjek	33
2. Objek	33
B. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	33
C. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	35
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	36
E. Uji Kualitas Instrumen	37
1. Uji Validitas	37
2. Uji Reliabilitas	38
F. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	43
1. Gambaran Objek Penelitian	43
2. Gambaran Subjek Penelitian	44
3. Deskripsi Responden	45
B. Uji Kualitas Instrumen	47
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	49
C. Statistik Deskriptif	50
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	54
1. Pembahasan Model Berdasarkan Teori	54
2. Menyusun Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>)	54
3. Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural	56
4. Input Matriks dan Estimasi Model	56
5. Identifikasi Model Struktural	59

6. Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	59
7. Interpretasi dan model Modifikasi Model	61
E. Pengujian Hipotesis	61
1. Pengaruh Langsung	61
2. Pengaruh Tidak Langsung	63
F. Pembahasan (Interpretasi)	65
1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .	66
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	67
3. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.	68
4. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	69
5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	70
6. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	71
7. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	73
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN	
SARAN	75
A. Simpulan	75
B. Keterbatasan Penelitian	77
C. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Instrumen Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian	36
Tabel 4.1	Hasil Pengumpulan Data	45
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan Responden	46
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Fakultas Responden	46
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas SPSS	48
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas SPSS	48
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas AMOS	49
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.9	Interpretasi Kelas Interval	51
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	51
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	52
Tabel 4.12	Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	52
Tabel 4.13	Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	53
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4.15	Hasil Pengujian <i>Outliers</i>	58
Tabel 4.16	<i>Notes For Model Notes For Model (Default model) Computation of degrees of freedom (Default model)</i>	59
Tabel 4.17	Menilai <i>Goodness of Fit</i>	59
Tabel 4.18	Hubungan Antar Variabel	61
Tabel 4.19	<i>Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)</i>	64
Tabel 4.20	<i>Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)</i>	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kategori Produk Kecantikan Yang Diminati Wanita.....	5
Gambar 1.2 Penguasa <i>Brand</i> Produk Kecantikan	6
Gambar 2.1 Model Penelitian	31
Gambar 4.1 Diagram Alur.....	55
Gambar 4.2 Persamaan Struktural.....	56
Gambar 4.3 Nilai Batas <i>Mahalanobis Distance</i>	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	86
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas 40 Responden.....	88
Lampiran 4. Uji Validitas.....	92
Lampiran 5. Uji Reliabilitas	93
Lampiran 6. Deskriptif Statistik.....	95
Lampiran 7. Model Penelitian Struktural.....	96
Lampiran 8. Uji Normalitas	97
Lampiran 9. Uji <i>Outlier</i>	97
Lampiran 10. <i>Degree of freedom</i>	100
Lampiran 11. <i>Goodness Of Fit</i>	100
Lampiran 12. Uji Hipotesis	102
Lampiran 13. <i>Direct And Indirect</i>	103
Lampiran 14. Turnitin	105
Lampiran 15. Tabulasi Data.....	106