

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN PERSEPSI KUALITAS
PRODUK TERHADAP CITRA MEREK DAN MINAT BELI
(Studi pada Konsumen Skintific di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER AND PERCEIVED
QUALITY ON BRAND IMAGE AND PURCHASE INTENTION
(Study on Skintific Consumers in Special Region of Yogyakarta)***



Disusun Oleh :

Liwani

20200410327

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN PERSEPSI KUALITAS
PRODUK TERHADAP CITRA MEREK DAN MINAT BELI
(Studi pada Konsumen Skintific di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER AND PERCEIVED
QUALITY ON BRAND IMAGE AND PURCHASE INTENTION
(Study on Skintific Consumers in Special Region of Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh :
Liwani
20200410327**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Liwani

Nomor Mahasiswa : 20200410327

Menyatakan bahwa skripsi ini berjudul "**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP CITRA MEREK DAN MINAT BELI (Studi pada Konsumen Skintific di Daerah Istimewa Yogyakarta)**" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya saya tersebut dibatalkan.

Tanggal, 25/12/2023



Liwani

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberi penulis rahmat, karunia, dan hidayah sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sampai selesai. Tidak lupa kita haturkan salam dan sholawat kepada Nabi Muhammad, yang telah mengeluarkan kita dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang. Saya persembahkan skripsi ini kepada semua pihak yang telah mendukung saya, dan membantu saya untuk menyelesaikannya.

1. Keluarga besar dari penulis yaitu kedua orang tua, saudara abang dan adik penulis. Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas doa, dukungan, dorongan, dan inspirasi yang telah diberikan selama kuliah ini, serta ingin berterimakasih telah menyediakan pembiayaan untuk menyelesaikan kuliah ini.
2. Kakak sepupu saya Qholbi Hanifa yang sudah kebersamai saya di tanah rantau ini. Terimakasih atas segala dukungan, doa dan motivasinya.
3. Sahabat saya Meli Putri Liyani, yang selalu setia menemani saya dikala senang dan sedih, memberikan semangat serta memberikan motivasi kepada saya, terimakasih telah memberikan ruang dan waktu untuk mendengarkan keluh kesah yang tiada habisnya.
4. Sahabat-sahabat saya, Novita, Sinta, Isna, Hera, Mira, Nusryi, Dinda, Adel, Yuli dan rekan-rekan saya lainnya yang tidak bisa saya sebut satu persatu. Terimakasih telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, membantu mengajarkan banyak hal, telah kebersamai dan berjuang bersama.

5. Sahabat seperjuangan di tempat magang Nabila Anasilimtiyas dan Damarsasi Yudhistiro yang terimakasih telah memberikan dukungan, doa, dan telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Semua teman dan kenalan Manajemen angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas kebersamaannya, terimakasih telah menjadi teman saat kuliah dan berbagi ilmu serta pengalaman yang berharga.
7. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri yang sudah berjuang sampai tahap ini semoga perjuangan kedepannya dipermudahkan.

KATA PENGANTAR

Pertama dan paling utama penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, karunia, dan kemudahan kepada penulis untuk menulis skripsi ini, yang berjudul **“Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Citra Merek dan Minat Beli (Studi pada Konsumen Skintific di Daerah Istimewa Yogyakarta)”**

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan referensi dalam penggunaan taktik untuk mempengaruhi Minat beli dan memberikan ide pengembangan untuk penelitian yang akan datang. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Prof Rizal Yaya S.E.,M.Sc.,Ph.D.,Ak.,CA.,CRP. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada mahasiswa.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memimpin prodi tempat penulis menuntut ilmu.
3. Ibu Retno Widowati, PA, M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan membagikan ilmunya kepada

penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Segenap Dosen Pengajar di Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menjadi guru tempat penulis menuntut ilmu.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu, kritik dan saran sangat diperlukan peneliti untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 25 Desember 2023



Liwani

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
INTISARI.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Pengembangan Hipotesis	32
D. Model Penelitian	37

BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	39
B. Jenis Data.....	39
C. Teknik Pengambilan Sampel	40
D. Teknik Pengumpulan Data.....	41
E. Definisi Operasional Variabel.....	42
F. Uji Kualitas Instrumen.....	44
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	50
B. Uji Kualitas Instrumen	56
C. Hasil Penelitian	62
D. Pengujian Hipotesis.....	74
E. Pembahasan.....	78
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, SARAN	87
A. Simpulan	87
B. Keterbatasan Penelitian.....	87
C. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Pengukuran Indikator	42
Tabel 3.2 Pengukuran Indikator	43
Tabel 3.3 Pengukuran Indikator	43
Tabel 3.4 Pengukuran Indikator	44
Tabel 3.5 Skala Likert	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	54
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili	55
Tabel 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan/Uang saku	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.9 Interpretasi Kelas Interval	59
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Celebrity Endorser	60
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk	60
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	61
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	62
Tabel 4.14 Tabel Uji Normalitas	65
Tabel 4.15 Data Outlier	67
Tabel 4.16 Data Bebas Outlier	68
Tabel 4.17 Degree of Freedom.....	72
Tabel 4.18 Goodness of fit	72
Tabel 4.19 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	74
Tabel 4.20 Uji Hipotesis pengaruh Tidak Langsung.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 5 Brand Perawatan Wajah Terlaris di E-Commerce Indonesia Tahun 2022.....	1
Gambar 1.2 Review Make up Skintific Tasya Farasya	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	38
Gambar 4.1 Diagram Jalur	63
Gambar 4.2 Persamaan Struktural.....	64
Gambar 4.3 Degree Of Freedom.....	67
Gambar 4.4 Model Pengaruh Antar Variabel	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	20
Lampiran 2 Identitas Responden.....	101
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	109
Lampiran 4 Statistik Deskriptif.....	112
Lampiran 5 Uji Normalitas	113
Lampiran 6 Hasil Uji Outlier	115
Lampiran 7 Degree Of Freedom	119
Lampiran 8 Goodness Of Fit.....	119
Lampiran 9 Regression Weight	121
Lampiran 10 Standardized Direct Effects	122
Lampiran 11 Standardized Indirect Effects.....	124
Lampiran 12 Hasil Turnitin.....	56