

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE* DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*  
SKINTIFIC PADA *E-COMMERCE*  
(Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas PGRI Madiun)**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**WIDEA DWI PRATIWI**

**2003102073**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

**2024**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*  
SKINTIFIC PADA *E-COMMERCE*  
(STUDI KASUS MAHASISWA FEB UNIVERSITAS PGRI MADIUN)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 Manajemen

**OLEH :  
WIDEA DWI PRATIWI  
NIM. 2003102073**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI MADIUN  
2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Widea Dwi Pratiwi telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 28 Juni 2023

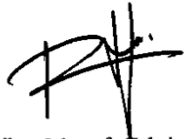
Pembimbing I,



Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.  
NIDN. 0713058001

Madiun, 28 Juni 2023

Pembimbing II,




Rihan Mustafa Zahri, S.E., M. Ak  
NIDN. 0604069201

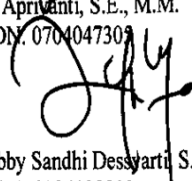
## LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Widea Dwi Pratiwi ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Jum'at tanggal 05 Juli 2023.


Panitia Penguji,

  
Dr. Apriyanti, S.E., M.M.  
NIDN. 0704047305


Ketua

  
Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.  
NIDN. 0724128802

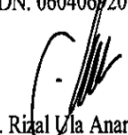
Sekretaris

  
Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.  
NIDN. 0713058001

Anggota

  
Rihan Mustah Zahri, S.E., M. Ak  
NIDN. 0604069201

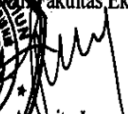
Anggota

  
Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M.  
NIDN. 0708108702

Anggota




Mengetahui,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak.  
NIDN. 0727078603



Pengesahkan,  
Kaprodi S1 Manajemen

  
Dr. Apriyanti, S.E., M.M.  
NIDN. 0704047305

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widea Dwi Pratiwi

NIM : 2003102073

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 25 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO:

“Maka sesungguhnya Bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain).

Dan hanya kepada TUHAN mu lah engkau berharap

(Q.S Al- Insyirah, 6-8)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Dan tidak ada kemudahan tanpa doa.”

(Ridwan Kamil)

“Jangan Takut jatuh karena yang tidak memanjatlah yang tidak pernah jatuh”

(Buya Hamka)

### SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA:

*Ayah, Ibu, kakak, Nenek yang selalu memberi dukungan ketulusan moril dan materil serta doa yang tidak pernah putus. Saudara – saudariku dan sahabat – sahabatku yang selalu menemani dan memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Celebrity endorser, Brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian produk *skincare* skintific pada *e-commerce* (Studi kasus mahasiswa FEB Universitas PGRI Madiun). Sholawat serta salam tidak lupa dihaturkan kepada Nabi Muhammad Shallhualaihi wasalam yang kita nantikan syafaat-Nya di Yaumul Qiyamah.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak – pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Sehingga dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Dr. Supri Wahyudi Utomo, M.pd, Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., C.A., CPA., CRMP. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Dr. Apriyanti, S.E., M.M., selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.

4. Ibu Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E.,M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, segenap ilmu dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Rihan Mustafa Zahri, S.E.,M.Ak., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, segenap ilmu dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
7. Cinta pertama dan panutanku ,Ayahanda Fuji Harianto dan Pintu Surgaku Nurrahna Dewi. Terimakasih atas segala Doa, dukungan dan tulus kasih yang diberikan. Terimakasih sudah mengizinkan anak perempuanmu pergi merantau untuk mengejar mimpi, menelusuri jalan sesuai keinginan. Kesuksesan dan segala hal baik kedepannya akan penulis dapatkan untuk kalian berdua.
8. Saudara dan Saudari penulis ,Mas Wibowo Adi Pramuja,Ka Hajjah Safitri,adik Keyla Marsha Terimakasih selalu memberikan dukungan dan hiburan kepada penulis.
9. Sahabatku terkasih, Siska Serafina, Shelvi Desnita Haningtyas dan lisa susanti. Terimakasih atas bantuan dan motivasi penyemangat yang selalu diberikan.
10. Sahabat dibangku perkuliahan Yuli,Anis,Tria,Ai'sah,Ratih Terimakasih atas bantuan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.



11. Rekan Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 yang selalu memberikan dukungan selama perkuliahan.

12. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis tentu menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan didalamnya. Untuk itu, penulis menghargai kritik serta saran yang membangun yang diberikan untuk kesempurnaan skripsi ini, supaya skripsi ini nantinya dapat menjadi skripsi yang lebih baik lagi. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis mengucapkan terimakasih.

Madiun, 28 Juni 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>PENGARUH <i>CELEBRITY ENDORSER</i>, <i>BRAND IMAGE</i>, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK <i>SKINCARE</i> SKINTIFIC PADA <i>E-COMMERCE</i> .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	13
C. Rumusan Masalah .....	14
D. Tujuan Penelitian .....	14
E. Kegunaan Penelitian .....	15
<b>BAB II .....</b>	<b>17</b>
A. Kajian Pustaka.....	17
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) .....	17
2. Keputusan pembelian .....	18
3. <i>E – Commerce</i> .....	21
4. <i>Celebrity Endorser</i> .....	23
5. <i>Brand Image</i> .....	27
6. Harga .....	30
B. Penelitian Terdahulu .....	34

C. Kerangka Konseptual .....	39
D. Hipotesis.....	40
<b>BAB III.....</b>	<b>44</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	44
B. Jadwal Penelitian.....	44
C. Desain Penelitian.....	45
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	46
1. Populasi .....	46
2. Sampel.....	47
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	48
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	48
1. Variabel penelitian .....	48
2. Definisi Operasional.....	49
F. Teknik Pengumpulan data .....	50
G. Instrumen Penelitian.....	51
H. Teknik Analisis Data .....	52
I. Uji Instrumen Penelitian.....	52
1. Uji Validitas .....	52
2. Uji Reabilitas.....	53
3. Uji Asumsi Klasik .....	53
4. Uji Regresi linear berganda .....	58
5. Uji Hipotesis .....	59
6. Uji Koefisien Determinasi .....	60
<b>BAB IV .....</b>	<b>61</b>
A. Hasil Penelitian .....	61
1. Gambaran Produk Skincare Skintific .....	61
2. Gambaran Umum Responden .....	64
3. Hasil Analisis Deskripsi .....	67
4. Uji Instrumen Penelitian.....	68
5. Uji Asumsi Klasik .....	74
6. Analisis Regresi Linier Berganda .....	78

7. Pengujian Hipotesis.....	80
8. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	82
B. Pembahasan.....	83
<b>BAB V.....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>149</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Pengunjung E-commerce Nasional 2023 .....	2
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Produk Tahun 2023 .....	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	44
Tabel 3.2 Definisi Variabel Penelitian & Definisi Operasional.....	47
Tabel 1.5 Skala Likert .....	49
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jurusan Pendidikan .....	66
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Angkatan Jurusan.....	66
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Banyak Melakukan pembelian....	67
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Data .....	68
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser (X1).....	69
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X2).....	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3).....	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Celebrity Endorser (X1) .....	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X2).....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X3).....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	73
Tabel 4.14 Uji Normalitas.....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	76
Tabel 4.17 Hasil Analisis Uji Autokorelasi .....	77
Tabel 4.18 Hasil Analisis Garis Regresi Linier Berganda .....	78
Tabel 4.19 Hasil Analisis Uji t.....	80
Tabel 4.20 Tabel Koefisien Determinasi Berganda .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pendapatan pada Pasar Produk Kecantikan di Indonesia.....	4
Gambar 2.2 Brand Perawatan wajah terlaris di E-commerce 2022 .....	5
Gambar 2.3 Hasil Pra – Survei.....	7
Gambar 2.4 Grafik Trend Skincare Skintific 2023 .....	9
Gambar 2.5 Theory of Planned Behavior (TPB) .....	17
Gambar 2.6 Kerangka Konseptual .....	39
Gambar 2.7 Desain Penelitian.....	46
Gambar 4.1 Produk Skincare Skintific.....	63
Gambar 4.2 Posisi DW.....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2 Hasil Angket.....	101
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas .....	131
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	136
Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif .....	137
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik .....	144
Lampiran 7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	145
Lampiran 8 Tabel Nilai-Nilai Kritis T .....	146