

**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY ENDORSER* DAN IKLAN TELEVISI  
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DI UNIVERSITAS NEGERI  
JAKARTA**

**PUTRI AULIA**

**8135154533**



*Building  
Future  
Leaders*

**Skripsi Ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2019**

***THE CORRELATION BETWEEN CELEBRITY ENDORSER AND  
TELEVISION ADVERTISEMENTS WITH THE PURCHASE DECISION  
WARDAH COSMETICS IN THE FACULTY OF ECONOMICS STUDENTS  
IN STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**PUTRI AULIA**

**8135154533**



*Building  
Future  
Leaders*

***Thesis Is Organized As One Of The Requirements For Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economic State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2019***

## ABSTRAK

**PUTRI AULIA**, Hubungan antara *Celebrity Endorser* dan Iklan Televisi dengan Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juli 2019. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *celebrity endorser* dan iklan televisi dengan keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 108 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 5,314 + 0,488 X_1 + 0,352 X_2$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smimov* dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200,  $X_1$  bernilai sebesar 0,200,  $X_2$  bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas  $X_1$  dan Y atas  $X_2$  menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearity*, yaitu  $0,000 < 0,05$ , sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Dari uji keberartian regresi Y atas  $X_1$  dan  $X_2$  menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu  $52,161 > 3,08$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas  $X_1$   $t_{hitung} = 5,901$  dan  $t_{tabel} = 1,65950$ , Y atas  $X_2$   $t_{hitung} = 4,226$  dan  $t_{tabel} = 1,65950$ . Nilai koefisien korelasi antara variabel *celebrity endorser* ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,643 dan nilai koefisien korelasi antara variabel iklan televisi ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,576. Jadi, terdapat hubungan positif dan signifikan antara *celebrity endorser* dengan keputusan pembelian, serta hubungan positif dan signifikan antara iklan televisi dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *celebrity endorser* dan iklan televisi dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas  $X_1$  dan  $X_2$  yang diperoleh sebesar 0,498 yang menunjukkan bahwa 49,8 % variabel keputusan pembelian ditentukan oleh *celebrity endorser* dan iklan televisi. Sementara itu, sisanya 50,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci:** Keputusan Pembelian, *Celebrity Endorser*, Iklan Televisi

## ABSTRACT

**PUTRI AULIA**, *The Correlation between Celebrity Endorser and Television Advertisements with The Purchase Decision Wardah Cosmetics in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

*This research was conducted in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta, for 6 months, starting from January to July 2019. The purpose of this study is to determine the correlation between Celebrity Endorser and Television Advertisements with The Purchase Decision Wardah Cosmetics in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The research method used is survey method with the correlation approach, population used are all student in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as 108 people. The resulting regression equation is  $\hat{Y} = 5,314 + 0,488 X_1 + 0,352 X_2$ . Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on  $X_1$  with Kolmogorov-Smimov test with significance level ( $\alpha$ ) = 5% or 0,05 estimates significance of Y equal to 0,200,  $X_1$  equal to 0,200,  $X_2$  equal to 0,200. Because the significance level is  $> 0.05$  it can be concluded that the data is normally distributed and can be used. Testing linearity of regression Y on  $X_1$  and Y on  $X_2$  yields a significance value on Linearity, that is  $0,000 < 0.05$ , so it is concluded that it has a linear relationship. Hypothesis testing from the significance regression Y on  $X_1$  and  $X_2$  produces  $F_{count} > F_{table}$  which,  $52,161 > 3,08$  meaning that the regression equation is significant. Then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting  $t_{count} > t_{table}$ ,  $t_{count} = 5,901$  and  $t_{table} = 1,65950$  and performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting  $t_{count} > t_{table}$ ,  $t_{count} = 4,226$  and  $t_{table} = 1,65950$ . The value of correlation coefficient between variable of celebrity endorser ( $X_1$ ) to purchase decision (Y) equal to 0,643 and value of correlation coefficient between variable of television advertisements ( $X_2$ ) to purchase decision (Y) equal to 0,576. There is a positive and significant relationship between celebrity endorser and purchase decision and there is a positive and significant relationship between television advertisements and purchase decision. The coefficient of determination Y on  $X_1$  and  $X_2$  obtained by 0,498 indicating that 49,8 % variable purchase decision is determined by the celebrity endorser and television advertisements. Meanwhile, the remaining 50,2% is influenced by other factors.*

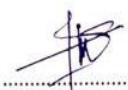
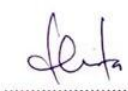
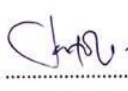

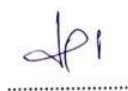
**Key word:** *The Purchase Decision, Celebrity Endorser, Television Advertisements*

**LEMBAR PENGESAHAN**

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus  
NIP. 196712071992031001

<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tanda Tangan</b>	<b>Tanggal</b>
1. <u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji		09 / 08 / 19
2. <u>Dita Puruwita, S.Pd., M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Penguji Ahli		09 / 08 / 19
3. <u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM</u> NIDK. 8854660018	Sekretaris		12 / 08 / 19
4. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Pembimbing I		09 / 08 / 19
5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Pembimbing II		10 / 08 / 19

Tanggal Lulus: 30 / 07 / 19

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 29 Juli 2019

Yang membuat pernyataan



Putri Aulia

NIM.8135154533

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan rasa puji dan syukur kepada Allah SWT yang selalu memberikan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**Hubungan antara Celebrity Endorser dan Iklan Televisi dengan Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta**” yang disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, kritik dan saran yang membangun, serta doa dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis hendak menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu, dukungan, kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan semangat, tenaga, dukungan, saran, waktu, serta ilmu yang bermanfaat sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Prof. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membimbing dan memberikan banyak ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.
6. Kedua orang tua tercinta, Mama Nini, Yai, Tika, Abi yang telah memberikan doa, semangat dan dukungan hingga menginspirasi peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
7. Wira, sahabatku tersayang Debby, Lusti, Athifa, Aul, Namira yang telah setia dan sabar dalam membantu, dan memberikan dukungan sehingga peneliti bisa menyelesaikan penelitian ini.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan, dukungan baik moril maupun materil serta doanya.

Dengan keterbatasan waktu dan rendah hati peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, mengingat keterbatasan pengetahuan yang peneliti peroleh sampai saat ini. Oleh Karena itu, peneliti mengharapkan saran serta kritik yang membangun guna terciptanya kesempurnaan bagi penelitian ini.

Akhir kata peneliti berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bukan hanya bagi peneliti maupun bagi semua pihak