

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SHAMPO SUNSILK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
NEGERI JAKARTA**

ALDA AURELIA

8135160969



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**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

2020

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE
AND CELEBRITY ENDORSER TOWARDS STUDENTS
PURCHASE DECISION OF SUNSILK SHAMPOO IN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

ALDA AURELIA

8135160969



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta**

BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2020

ABSTRAK

ALDA AURELIA, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Jakarta, selama 7 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juli 2020. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *teknik Purposive Sampling* sebanyak 137 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 23,184 + 0,199 X_1 + 0,153 X_2 + 0,266 X_3$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200, X₁ bernilai sebesar 0,200, X₂ bernilai sebesar 0,200 dan X₃ bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi keempat variabel tersebut > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X₁, Y atas X₂ dan Y atas X₃ menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearity*, yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa memiliki pengaruh yang linier. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X₁ $t_{hitung} = 2,493$ dan $t_{tabel} = 1,97796$, Y atas X₂ $t_{hitung} = 2,093$ dan $t_{tabel} = 1,97796$ dan Y atas X₃ $t_{hitung} = 3,319$ dan $t_{tabel} = 1,97796$. Nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas produk (X₁) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,326, nilai koefisien korelasi antara variabel citra merek (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,263 dan nilai koefisien korelasi antara variabel *celebrity endorser* (X₃) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,356. Jadi, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian. Dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk, citra merek dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X₁ diperoleh sebesar 0,106 yang menunjukkan bahwa 10,6% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas produk. Sementara itu, sisanya 89,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Koefisien determinasi Y atas X₂ diperoleh

sebesar 0,069 yang menunjukkan bahwa 6,9% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh citra merek. Sementara itu, sisanya 83,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan koefisien determinasi Y atas X3 diperoleh sebesar 0,127 yang menunjukkan bahwa 12,7% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh *celebrity endorser*. sementara itu, sisanya 87,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Citra Merek, *Celebrity Endorser*

ABSTRACT

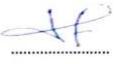
ALDA AURELIA, *The Effect of Product Quality, Brand Image and Celebrity Endorser Towards Students Purchase Decisions of Sunsilk Shampoo in Universitas Negeri Jakarta.*

The purpose of this study was to determine the effect of Product Quality, Brand Image and Celebrity Endorser on the Purchasing Decision of Sunsilk Shampoo on Students of Jakarta State University. This research was conducted at Jakarta State University, for 7 months from January to July 2020. The research method that the researchers used was a survey method with a correlational approach, the population used was all students of Jakarta State University. The sampling technique used was Purposive Sampling technique of 137 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 23.184 + 0.199 X_1 + 0.153 X_2 + 0.266 X_3$. Test requirements analysis is the normality test with the Kolmogorov-Smirnov test with a significance level (α) = 5% or 0.05 and produces a significant level of Y value of 0.200, X_1 of value of 0.200, X_2 of value of 0.200 and X_3 of value of 0.200. Because the significance level of the four variables > 0.05, it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. Linearity regression test of Y for X_1 , Y for X_2 and Y for X_3 produces a significance value in Linearity, which is 0,000 < 0.05, so it can be concluded that it has a linear effect. Next, a t test was carried out and Y yielded over X_1 $t_{count} = 2,493$ and $t_{table} = 1,97796$, Y over X_2 $t_{count} = 2,093$ and $t_{table} = 1,97796$ and Y over X_3 $t_{count} = 3,319$ and $t_{table} = 1,97796$. Correlation coefficient between product quality variable (X_1) to purchase decision (Y) is 0.326, correlation coefficient between brand image variable (X_2) to purchase decision (Y) is 0.263 and correlation coefficient between celebrity endorser variable (X_3) to purchase decision (Y) of 0.356. So, there is a positive and significant effect between product quality on purchasing decisions. There is a positive and significant influence between brand image on purchasing decisions. And there is a positive and significant influence between celebrity endorsers on purchasing decisions. Thus, it can be concluded that there is a positive and significant influence between product quality, brand image and celebrity endorser on purchasing decisions. The coefficient of determination of Y over X_1 was obtained at 0.106 which indicates that 10.6% of the purchase decision variable is determined by product quality. Meanwhile, the remaining 89.4% is influenced by other factors. The coefficient of determination of Y over X_2 was 0.069, indicating that 6.9% of the purchase decision variable was determined by brand image. Meanwhile, the remaining 83.1% is influenced by other factors. And the coefficient of determination of Y over X_3 obtained by 0.127 which indicates that 12.7% of the purchase decision variable is determined by celebrity endorsers. Meanwhile, the remaining 87.3% is influenced by other factors.

Keywords: *Purchasing Decisions, Product Quality, Brand Image, Celebrity Endorser*

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab			
Dekan Fakultas Ekonomi			
 Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Drs. Nurdin Hidayat, MM., M.Si NIP.1196610302000121001 (Ketua)		24 Agustus 2020
2	Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM NIDN. 8854660018 (Sekretaris)		14 Agustus 2020
3	Dra. Dientje Griandini, M.Pd NIP. 195507221982102001 (Pengaji Ahli)		24 Agustus 2020
4	Dr. Corry Yohana, MM NIP.195909181985032011 (Pembimbing 1)		19 Agustus 2020
5	Ryna Parlyna, MBA NIP.197701112008122003 (Pembimbing 2)		24 Agustus 2020
<p>Nama : Alda Aurelia No. Registrasi : 8135160969 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 27 Juli 2020</p>			

Catatan :
- diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

PERNYATAAN ORISINILITAS

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 dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, 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, Juli 2020



Alda Aurelia

NIM: 8135160969

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Kalau Bisa Gratis Kenapa Harus Bayar”

“*Don't Despair & Never Lose Hope. Cause Allah SWT is Always by Your Side*”

“Apabila telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah SWT dan ingatlah Allah SWT banyak-banyak agar kamu beruntung” (Q.S Al-

Jumu'ah 62:10)

Bismillahirrahmanirrahim ,

Segala puji bagi Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Skripsi ini saya persembahkan untuk Umi, Ayah, adik, kerabat, dan teman-teman saya yang selalu mencintai dan menyayangi saya dengan tulus, yang selalu mendukung saya hingga detik ini, selalu mendoakan, dan memberikan semangat serta kepercayaannya kepada saya untuk dapat meraih cita-cita. Saya persembahkan juga skripsi saya ini untuk Ibu Corry dan Mam Ryna yang telah banyak berjasa dalam membimbing dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti curahkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serts pertolongan-Nya, serta sholawat dan salam peneliti haturkan kepada Rasulullah SAW beserta keluarga, kerabat, sahabat, dan juga umatnya yang tetap istiqomah hingga akhir zaman nanti. Hanya dengan pertolongan dan kemurahan-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dengan segenap kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih setulus-tulusnya dari dasar hati yang paling dalam kepada:

1. Dr. Corry Yohana, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing selama penulisan dan penyusunan skripsi serta memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan memberikan pengarahan dalam penyusuan skripsi dan selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.

3. Drs. Nurdin Hidayat M.M., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan
 4. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang juga telah banyak berperan dalam membimbing selama ini.
 5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada setiap mahasiswa.
 6. Kedua orang tua tercinta yaitu, Mulyanah dan Husin Ardiansyah serta adik Afil Faizar yang telah memberi dukungan berbentuk moril maupun materil, serta doanya untuk mnyelesaikan skripsi ini.
 7. Teman-teman seperjuangan dan juga teman-teman sebimbingan yang saling membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan
- Bawa dari segala daya dan upaya telah dicurahkan, namun dalam penulisan skripsi ini masih dari jauh dari sempurna. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan sarat membangun guna menambah pengetahuan peneliti dalam menyusun skripsi.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah khasanah pengetahuan yang khususnya berkaitan dengan kualitas produk, citra merek, *celebrity endorser* dan keputusan pembelian. Aamiin.

Jakarta, Juli 2020

Alda Aurelia