

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK, MEDIA SOSIAL  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PRODUK *SKINCARE MS GLOW*  
DI KOTA PURWOKERTO**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Fitria Nur Hasanah

NPM : 19310110142

Telah diketahui dan disahkan pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 14 Maret 2023

Tempat : Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Wijayakusuma  
Purwokerto

Dosen Pembimbing I

Dra. Hj. Arinastuti, M.Si

NIS. 6100732050

Dosen Pembimbing II

Mayla Surveyandini, S.E., M.Si

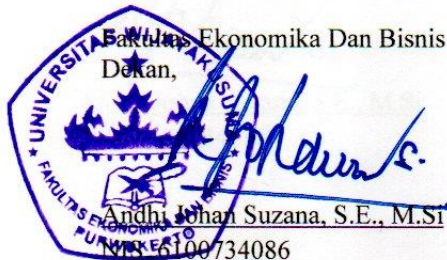
NIS. 6100734082

Mengetahui,

Program studi  
Ketua,

Dr. Dian Safitri P.K., M.Si

NIS. 6100732067



**Skripsi Brjudul**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK, MEDIA SOSIAL  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PRODUK *SKINCARE MS GLOW*  
DI KOTA PURWOKERTO**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**FITRIA NUR HASANAH**

NPM : 19310110142

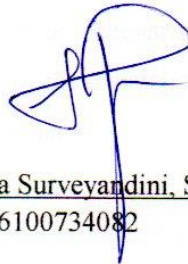
Telah dipertahankan didepan dewan penguji Pada tanggal 14 Maret 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan mendapat gelar Sarjana Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto

Penguji I



Dra. Hj. Arinastuti, M.Si  
NIS. 6100732050

Penguji II



Mayla Surveyandini, S.E., M.Si  
NIS. 6100734082

Penguji III



Andhi Johan Suzana, S.E., M.Si  
NIS. 6100734086

Penguji IV



Cahyaningtyas Ria Uripi, S.E., M.Si  
NIS. 6100735092

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : FITRIA NUR HASANAH

NPM : 19310110142

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, Media Sosial, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Ms Glow Di Kota Purwokerto”** adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bukan dibuatkan orang lain atau jiplakan atau modifikasi karya orang lain. Saya bertanggung jawab atas kesalahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Purwokerto, 16 Maret 2023

Yang menyatakan



*[Handwritten signature]*

Fitria Nur Hasanah

NPM : 19310110142

## **MOTTO**

“Bersabarlah, hal indah akan datang diwaktu yang tepat bukan yang cepat”

(Penulis)

“Hidup itu pilihan, jangan hanya berdiam diri jika orang lain bisa mencapai garis finish mengapa kita tidak”

(Penulis)

“Tidak ada satu pun perjuangan yang tidak melelahkan”

**(QS Al-Baqarah: 155-156)**

“Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan “

**(QS Al-Baqarah :286)**

“Tidak ada sedikitpun usaha dan kebaikan yang sia-sia. Tidak pula ada sedikit pun keringat yang jatuh, kemudian Allah lupa menilainya”

**(QS At-Taubah: 129)**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *celebrity endorser*, citra merek, media sosial dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen produk *skincare ms glow* di kota Purwokerto”**, Tidak lupa shalawat serta salam senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu kita harapkan syafaatnya nanti di yaummul qiyamah dan tetap menjadi umatnya kelak.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat menyelesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, nasehat, semangat dan doa dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini peneliti hendak menyampaikan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan berkah dan nikmatnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Andhi Johan S, S.E, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto.
3. Ibu Dra. Hj. Arinastuti, M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga, memberikan kritik dan saran, pengarahan dengan sabar memberikan bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
4. Ibu Mayla Surveyandini, S.E.,M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga, memberikan kritik dan saran, pengarahan dengan sabar memberikan bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
5. Andhi Johan Suzana, S.E., M.Si selaku dosen penguji yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga, memberikan kritik dan saran, serta pengarahan kepada penulis dalam menyempurnakan penyusunan skripsi.
6. Cahyaningtyas Ria Urip, S.E.,M.Si selaku dosen penguji yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga, memberikan kritik dan saran, serta pengarahan kepada penulis dalam menyempurnakan penyusunan skripsi.

7. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu kepada peneliti dan membantu kegiatan perkuliahan.
8. Kedua orang tua saya Ibu Sumini dan Bapak Wasiman yang telah memberikan doa restu dan kasih sayang kepada saya baik materil maupun spiritual. Dan seluruh keluarga saya yaitu adik saya yang selalu membuat saya semangat.
9. Semua teman-teman jurusan manajemen khususnya M5 angkatan 2019 yang telah memberikan kontribusi semangat dalam penelitian ini.
10. Tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri yang telah menyelesaikan skripsi ini.
11. Tidak lupa saya ucapkan untuk bestie saya yaitu Nur Hayati Apriliana, Pratiwi Sucita dan Alfiah yang ikut andil dalam selesainya skripsi ini, dengan dukungan mental.
12. Semua pihak yang telah membantu peneliti yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan yang peneliti peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun demi lebih sempurnanya penelitian selanjutnya di masa yang akan datang.

Semoga dengan terselesaikan skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya serta membuahkan ilmu bermanfaat dan mendapat ridho Allah SWT.

## DAFTAR ISI

|  |           |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL .....                                  | i         |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                              | iii       |
| SURAT PERNYATAAN.....                                | v         |
| HALAMAN MOTTO/PERSEMBAHAN .....                      | vi        |
| KATA PENGANTAR .....                                 | vii       |
| DAFTAR ISI.....                                      | ix        |
| DAFTAR TABEL.....                                    | xi        |
| DAFTAR GAMBAR .....                                  | xii       |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                | xiii      |
| RINGKASAN .....                                      | xiv       |
| <i>SUMMARY</i> .....                                 | xv        |
| <b>I. PENDAHULUAN .....</b>                          | <b>1</b>  |
| A. Latar Belakang Masalah.....                       | 1         |
| B. Perumusan Masalah .....                           | 7         |
| C. Pembatasan Masalah .....                          | 8         |
| D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....              | 8         |
| <b>II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                     | <b>10</b> |
| A. Teori Pemasaran.....                              | 10        |
| B. Keputusan Pembelian.....                          | 11        |
| C. <i>Celebrity Endorser</i> .....                   | 14        |
| D. Citra Merek .....                                 | 17        |
| E. Media Sosial.....                                 | 20        |
| F. Persepsi Harga.....                               | 22        |
| G. Penelitian Terdahulu .....                        | 24        |
| H. Kerangka Pemikiran.....                           | 29        |
| I. Hipotesis.....                                    | 32        |
| <b>III. METODOLOGI PENELITIAN DAN ANALISIS .....</b> | <b>33</b> |
| A. Metode Penelitian.....                            | 33        |

|  |           |
|--|-----------|
| B. Metode Analisis .....                   | 38        |
| <b>IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> |           |
| A. Gambaran umum perusahaan .....          | 47        |
| B. Karakteristik Responden .....           | 48        |
| C. Deskripsi Variabel Penelitian .....     | 49        |
| D. Analisis Data .....                     | 52        |
| E. Pembahasan Hasil Penelitian .....       | 64        |
| F. Keterbatasan Penelitian .....           | 67        |
| <b>V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI .....</b>   | <b>68</b> |
| A. Kesimpulan .....                        | 68        |
| B. Implikasi .....                         | 69        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                | <b>71</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                      | <b>75</b> |



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1. Data pencarian produk <i>skincare</i> melalui web .....          | 6  |
| Tabel 2. Penelitian terdahulu.....  | 25 |
| Tabel 3. Kriteria responden berdasarkan usia .....                        | 49 |
| Tabel 4. Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin .....               | 50 |
| Tabel 5. Kriteria responden berdasarkan wilayah.....                      | 50 |
| Tabel 6. Tanggapan responden variabel <i>celebrity endorser</i> (X1)..... | 51 |
| Tabel 7. Tanggapan responden variabel citra merek (X2).....               | 51 |
| Tabel 8. Tanggapan responden variabel media sosial (X3) .....             | 52 |
| Tabel 9. Tanggapan responden variabel persepsi harga (X4) .....           | 52 |
| Tabel 10. Tanggapan responden variabel keputusan pembelian (Y) .....      | 53 |
| Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....           | 54 |
| Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....    | 54 |
| Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....                  | 55 |
| Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial .....                 | 55 |
| Tabel 15. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....                | 55 |
| Tabel 16. Hasil Uji Reliabilitas.....                                     | 56 |
| Tabel 17. Hasil Uji Normalitas .....                                      | 57 |
| Tabel 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                             | 58 |
| Tabel 19. Hasil Uji Multikolinearitas.....                                | 59 |
| Tabel 20. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....                    | 60 |
| Tabel 21. Uji Koefisien Determinasi .....                                 | 61 |
| Tabel 22. Uji F (Uji Kelayakan Model).....                                | 62 |
| Tabel 23. Hasil Uji t.....  | 62 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. Model Penelitian .....                               | 33 |
| Gambar 2. Uji Normality Plot.....                              | 57 |
| Gambar 3. Kurva Hasil Uji F .....                              | 62 |
| Gambar 4. Kurva Uji t Variabel <i>Celebrity Endorser</i> ..... | 63 |
| Gambar 5. Kurva Uji t Variabel Citra Merek .....               | 64 |
| Gambar 6. Kurva Uji t Variabel Media Sosial.....               | 64 |
| Gambar 7. Kurva Uji t Persepsi Harga.....                      | 65 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....                  | 78  |
| Lampiran 2. Tabulasi Data Jawaban 30 Responden .....   | 82  |
| Lampiran 3. Tabulasi Data Jawaban 100 Responden .....  | 85  |
| Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas ..... | 100 |
| Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik .....              | 105 |
| Lampiran 6. Hasil Uji Regression .....                 | 108 |
| Lampiran 7. r tabel .....                              | 109 |
| Lampiran 8. t tabel .....                              | 111 |
| Lampiran 9. F tabel .....                              | 115 |