



**PENGARUH PENGGUNAAN SELEBRITI
ENDORSER, DESAIN KEMASAN, HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MUSTIKA RATU DI KOTA KUDUS**

Diajukan Oleh :

Sri Puji Lestari

Nim: 201411100

FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

2019

**Pengaruh Penggunaan Selebriti Endorser, Desain Kemasan,
Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan
Pembelian Produk Mustika Ratu Di Kota Kudus**

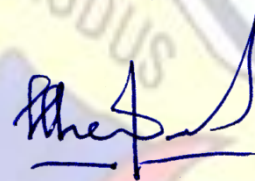
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan tim penguji ujian skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Kudus, Februari 2019

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing I



Dina Lusianti,SE.,MM.AAK
NIDN:0630098401

Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM
NIDN: 0618066201

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Dosen Pembimbing II



Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM
NIDN: 0618066201



Sutono, SE, MM, Ph.D
NIDN:0626017003

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. Mereka itulah yang dibalas dengan martabat yang tinggi (dalam surga) karena kesabaran mereka dan mereka disambut dengan penghormatan dan ucapan selamat di dalamnya (Q.S. Al-Furqan;75)
2. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan (Q. S. Al-Insyirah;6)
3. Barang siapa diuji lalu bersabar, diberi lalu bersyukur, didzalimi lalu dimaafkan dan berbuat dzalim lalu istighfar maka keselamatan dan merekalah orang-orang yang memperoleh hidayah (H. R. Al. Baihagi)
4. Waktu itu bagaikan pedang, jika kamu tidak memanfaatkannya menggunakan untuk memotong, makai a akan memotongmu (H. R. Muslim)

PERSEMBAHAN :

1. Kedua Orang Tua
2. Keluarga dan Sahabat
3. Dosen Pembimbing
4. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada ALLAH SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyusun penelitian ini dan menyelesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

Secara khusus penulis mengucapkan banyak terima kasih dengan segala kerendahan hati kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM, selaku Dosen pembimbing I yang sangat membantu dalam kelancaran penyelesaian skripsi ini yang telah mengarahkan, membimbing, memberi motivasi yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Sutono, SE, MM, Ph.D. Dosen pembimbing II yang memberi arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak, Ibu Dosen dan seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberi bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Ayahanda tercinta dan ibunda terkasih yang tiada henti memberikan semangat dan do'a kepada saya agar dapat segera menyelesaikan studi secepatnya.

6. Serta semua keluarga besar yang senantiasa mendoakan dan turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, terima kasih atas doa dan dukungannya selama ini kepada penulis.
7. Sahabatku tercinta yang ada dirumah.
8. Sahabatku terkasih di UMK yang sudah memberi dukungan dan menemani perjalanan menyelesaikan skripsi, terima kasih atas semua bantuannya.
9. Teman-temanku di Manajemen tahun ajaran 2014 yang selama perkuliahan selalu kompak dan keluarga kecil KKN yang sudah memberi dukungan.
10. Dan bagi semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut serta memberikan bantuan dan sumbangan pemikiran selama penulis menyusun skripsi ini, penulis hanya bisa mengucapkan terimakasih.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Harapan penulis, kiranya skripsi ini dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat dalam memperkaya khasanah ilmu pengetahuan.

Kudus, Februari, 2019

Penulis

Sri Puji Lestari

ABSTRAKSI / RINGKASAN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
STRATA 1 : 2019

- A. Nama Penyusun : Sri Puji Lestari
B. Judul Skripsi : : **PENGARUH PENGGUNAAN SELEBRITI ENDORSER, DESAIN KEMASAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MUSTIKA RATU DI KOTA KUDUS.**
C. Jumlah Halaman : Permulaan xi, Isi 113, Tabel 21, Gambar 3
D. Ringkasan

Perkembangan dunia bisnis di era globalisasi seperti sekarang ini semakin mengalami peningkatan, salah satunya industri di bidang kecantikan. Hal tersebut membuat konsumen menjadi lebih selektif lagi dalam membeli produk kosmetik. Ini menjadi tantangan yang berat bagi para produsen kosmetik seperti produk Mustika Ratu dimana para produsen dituntut untuk dapat menciptakan inovasi-inovasi terbaru supaya produknya dapat bertahan ditengah persaingan global seperti sekarang ini.

Berdasarkan hal tersebut maka dirumuskan permasalahan penelitian bagaimana pengaruh penggunaan selebriti endorser, desain kemasan, harga dan kualitas produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk mustika ratu di kota kudas. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh variabel selebriti endorser, desain kemasan, harga dan kualitas produk terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk mustika ratu di kota Kudus.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah selebriti endorser, desain kemasan, harga dan kualitas produk, variabel dependen yaitu keputusan pembelian dengan variabel intervening minat beli. Jenis dan sumber datanya meliputi data primer dan sekunder, sampel penelitian sebanyak 270 responden, pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, pengolahan datanya meliputi: *editing coding, scoring* dan *tabulating* dan proses input dengan program komputer AMOS 22. Analisis datanya dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modelling SEM*.

Berdasarkan hasil analisis data menyatakan bahwa selebriti endorser, desain kemasan, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli dan keputusan pembelian. Sedangkan variabel yang paling berpengaruh adalah selebriti endorser terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Selebriti endorser*, desain kemasan, harga dan kualitas produk minat beli dan keputusan pembelian.

**ABSTRAKSI / RINGKASAN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
STRATA 1 : 2019**

- E. Nama Penyusun : Sri Puji Lestari
F. Judul Skripsi : : **PENGARUH PENGGUNAAN SELEBRITI
ENDORSER, DESAIN KEMASAN, HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MUSTIKA
RATU DI KOTA KUDUS.**
G. Jumlah Halaman : Permulaan xi, Isi 113, Tabel 21, Gambar 3
H. Ringkasan

Abstract

The development of the business world in the current era of globalization is increasing, one of which is the industry in the field of beauty. This makes consumers more selective in buying cosmetic products. This is a tough challenge for cosmetics producers such as Mustika Ratu products where producers are required to be able to create the latest innovations so that their products can survive amid the current global competition.

Based on this, the research problem was formulated on how the influence of celebrity endorser use, packaging design, product price and quality on buying interest and purchasing decisions of Mustika Ratu products in Kudus. While the purpose of this study was to analyze the influence of celebrity endorser variables, packaging design, price and product quality on buying interest and purchasing decisions on Mustika Ratu products in Kudus city

The independent variables in this study are celebrity endorser, packaging design, product price and quality, the dependent variable is the purchase decision with an intervening variable in buying interest. The types and data sources include primary and secondary data, the study sample was 270 respondents, the data collection used a questionnaire, data processing included: editing coding, scoring and tabulating and input processes with AMOS 22 computer programs. Analysis of data using Structural Equation Modeling SEM analysis.

Based on the results of data analysis stated that celebrity endorsers, packaging design, price and product quality have a significant effect on buying interest and purchasing decisions. While the most influential variabel is celebrity endorsers on purchasing decisions.

Keywords: Celebrity endorser, packaging design, price and quality of product buying interest and purchasing decision.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	8
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Selebriti Endorser	12
2.2 Desain Kemasan	14
2.3 Harga	18
2.4 Kualitas Produk	21
2.5 Minat Beli.....	23
2.6 Keputusan Pembelian	24
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu	30
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	42
2.9 Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	54

3.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	54
3.3 Jenis dan Sumber Data	58
3.4 Populasi dan sampel	58
3.5 Metode Pengumpulan Data	60
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	61
3.7 Pengolahan Data.....	62

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	69
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.1.2 Karakteristik Responden	70
4.1.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	72
4.1.4 Uji Instrumen Penelitian	76
4.1.5 Analisis Data	80
4.1.6 Analisis Konfirmatori.....	81
4.1.7 Uji Normalitas	89
4.1.8 Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	92
4.1.9 Uji Hipotesis.....	93
4.1.10 Pengaruh Langsung (Direct) dan Pengaruh Tidak Langsung Indirect.....	98
4.2 Pembahasan.....	100

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Keterbatasan	108
5.3 Saran.....	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	55
Tabel 3.2 Penyebaran Sampel	59
Tabel 3.3 Skala likert	62
Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2 Responden Menurut Usia	71
Tabel 4.3 Responden Menurut Pekerjaan	71
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Selebriti Endorser (X_1).....	72
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Desain Kemasan (X_2).....	73
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Harga (X_3).....	74
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_4).....	74
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y_1)	75
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y_2).....	76
Tabel 4.10 Uji <i>Convergence Validity</i> variabel selebriti endorser	77
Tabel 4.11 Uji <i>Convergence Validity</i> variabel desain kemasan.....	77
Tabel 4.12 Uji <i>Convergence Validity</i> variabel harga	78
Tabel 4.13 Uji <i>Convergence Validity</i> variabel kualitas produk	78
Tabel 4.14 Uji <i>Convergence Validity</i> variabel minat beli.....	79
Tabel 4.15 Uji <i>Convergence Validity</i> variabel keputusan pembelian	79
Tabel 4.16 Uji <i>Construct Reliability</i>	80
Tabel 4.17 Uji <i>Average Variance Extracted</i>	81
Tabel 4.18 Uji <i>Discriminant Validity</i>	81
Tabel 4.19 Uji <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen.....	84
Tabel 4.20 Analisis Konfirmatori Eksogen.....	85
Tabel 4.21 Uji <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen	86
Tabel 4.22 Analisis Konfirmatori Endogen	87
Tabel 4.23 Uji Normalitas.....	89
Tabel 4.24 Evaluasi <i>Outlier</i>	90
Tabel 4.25 Uji <i>Goodness Of Fit</i> Full Model	92

Tabel 4.26 Uji Hipotesis	93
Tabel 4.27 Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i>	97
Tabel 4.28 Hasil Estimasi <i>Indirect</i> dan <i>Total Effect</i>	98



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	42
Gambar 4.2. Aplikasi Kerangka Pemikiran Pengaruh Penggunaan Selebriti Endorser, Desain Kemasan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Mustika Ratu di Kota Kudus	100

