



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *CELEBRITY*
ENDORSER TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA KONSUMEN PRODUK KOSMETIK
NATURE REPUBLIC.**

Diajukan oleh :

Alida Laidy Diana

NIM 2018-11-004

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *CELEBRITY ENDORSER*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN
PRODUK KOSMETIK NATURE REPUBLIC**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:

ALIDA LAIDY DIANA

NIM . 2018-11-004

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *CELEBRITY ENDORSER*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN
PRODUK KOSMETIK NATURE REPUBLIC.**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus



Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen


Nurul Rizka Arumsari, SE.MM
NIDN. 0628048702

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *CELEBRITY ENDORSER*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN
PRODUK KOSMETIK NATURE REPUBLIC**

ALIDA LAIDY DIANA

201811004

MANAJEMEN

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 14 Februari 2023

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Nurul Rizka Arumsari, SE.MM

NIDN. 0628048702

Pembimbing I



Dr. Kertati Sumekar, SE.MM

NIDN. 0616077304

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Kertati Sumekar, SE.MM

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



Mira Meilia Marka, SE.MM

NIDN. 0606058801

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

(QS. Al - Insyirah: 5)

Ketika kamu ikhlas menerima semua kekecewaan hidup, maka Allah akan membayar tuntas semua kekecewaanmu dengan beribu – ribu kebaikan.

-Ali bin Abi Thalib-

Persembahan Kepada :

1. Kedua orang tua saya tersayang
2. Teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Sahabat – sahabat tersayang

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayahNya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN PRODUK KOSMETIK NATURE REPUBLIC”** .

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, dan dengan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun hingga menyelesaikan skripsi.
5. Mira Meilia Marka, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran

dari penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

6. Segenap dosen pengajar dan staf karyawan program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan dan bantuan pelayanannya.
7. Papaku Lilik Sutrisno dan mamaku Noor Khamidah sebagai *support system* terbaikku yang selalu ada untuk memberiku dukungan dan semangat baik moral, material, maupun spiritual serta senantiasa berkorban dan berdoa untukku.
8. Teruntuk sahabat – sahabatku tercinta yang selalu menemaniku, memberi semangat, motivasi dan dukungan, mendengar setiap cerita dan keluh kesahku, serta membantuku selama ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu – satu yang sudah membantu dalam penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan diberikan limpahan balasan dari Allah SWT.

Kudus,

2023

Penulis

Alida Laidy Diana

NIM. 201811004

ABSTRAKSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN PRODUK KOSMETIK NATURE REPUBLIC

ALIDA LAIDY DIANA

NIM. 2018-11-004

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M
2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada konsumen Produk Kosmetik Nature Republic. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif (hubungan). Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Sedangkan pengambilan responden dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian ini berjumlah 132 responden. Analisis data yang digunakan (SEM) *Structural Equation Modeling* yang dioperasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (4) *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (5) Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (6) Keputusan pembelian tidak dapat menjadi variabel intervening antara kualitas produk dan kepuasan konsumen. (7) keputusan pembelian tidak dapat menjadi variabel intervening antara *Celebrity endorser* serta kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas produk, *celebrity endorser*, keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND CELEBRITY ENDORSER ON CONSUMER SATISFACTION WITH PURCHASE DECISIONS AS INTERVENING VARIABLES IN CONSUMERS NATURE REPUBLIC COSMETICS PRODUCTS

ALIDA LAIDY DIANA

NIM. 2018-11-004

Supervisor : 1. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M
2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT**

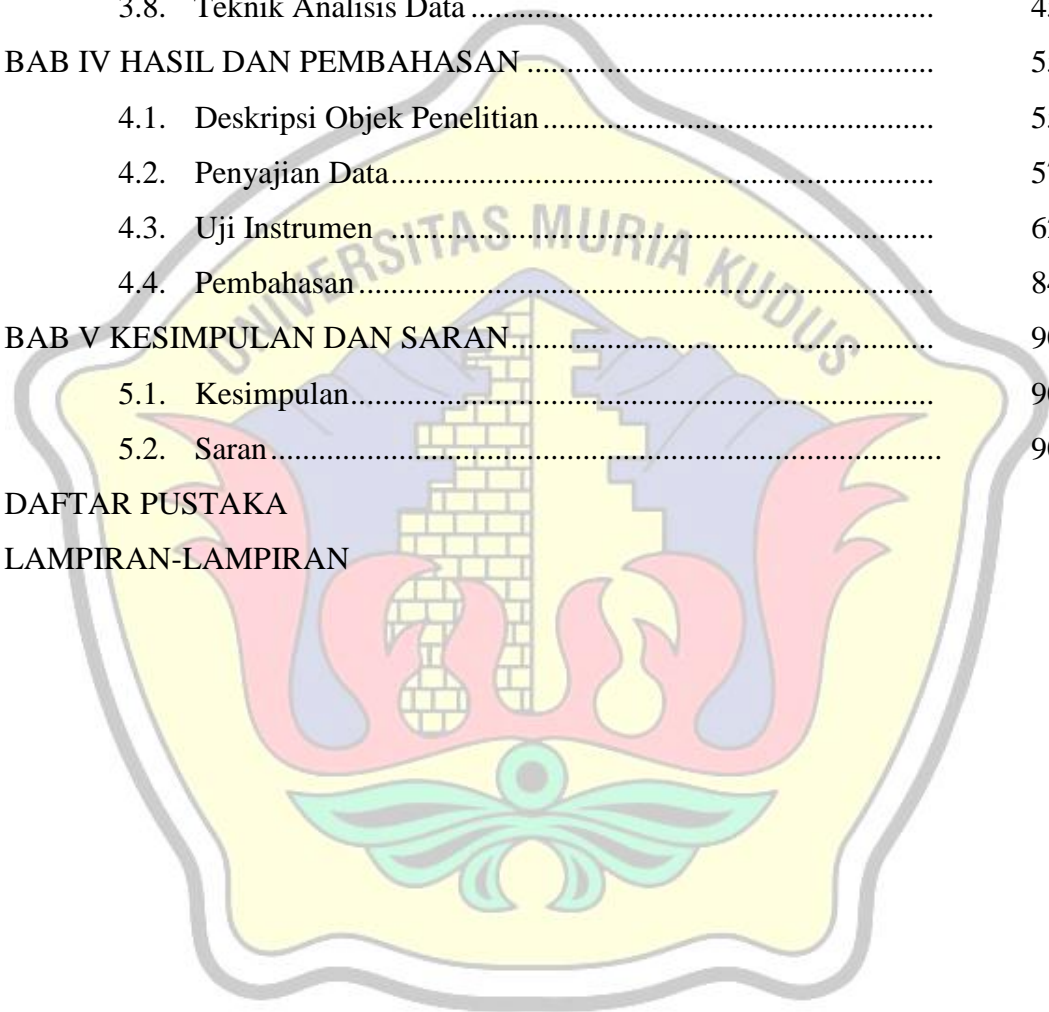
This study aims to analyze the effect of product quality and celebrity endorsers on purchasing decisions and consumer satisfaction on consumers Nature Republic Cosmetics Products. celebrity endorser and two endogenous variables, namely consumer satisfaction and purchase decisions as intervening variables. In this study data collection using a questionnaire method. Meanwhile, the respondents were taken using purposive sampling technique. The sample of this study amounted to 132 respondents. Analysis the data used (SEM) Structural Equatuion Modeling is operated through the AMOS program. Results showed that (1) quality Product has a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) Celebrity endorser has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) Product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction. (4) Celebrity endorsers have a positive and significant effect on consumer satisfaction. (5) Purchase decisions have a positive and significant effect on consumer satisfaction. 6) Purchase decision cannot be an intervening variable between product quality and consumer satisfaction. (7) Purchase decisions cannot be an intervening variable between celebrity endorsers and consumer satisfaction.

Keywords: *product quality, celebrity endorser, purchasing decisions and consumer satisfaction.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	6
1.3. Rumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. <i>Theory Planned Behavior</i>	10
2.2. Kepuasan Konsumen	11
2.3. Keputusan Pembelian	13
2.4. Kualitas Produk	15
2.5. <i>Celebrity endorser</i>	20
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	22
2.7. Pengaruh Antar Variabel	25
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	32
2.9. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Rancangan Penelitian	34

3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.3. Populasi dan Sampel.....	38
3.4. Jenis dan Sumber Data	39
3.5. Pengumpulan Data.....	40
3.6. Pengelolaan Data	42
3.7. Uji Instrumen.....	43
3.8. Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.2. Penyajian Data.....	57
4.3. Uji Instrumen	62
4.4. Pembahasan.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1. Kesimpulan.....	90
5.2. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Keluhan Konsumen Nature Republic	4
Tabel 3.1. Skala Linkert.....	41
Tabel 3.1. <i>Goodness of Fit</i>	47
Tabel 4.4. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Distribusi Usia.....	58
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Penggunaan	59
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	59
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel Celebrity endorser.....	60
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	62
Tabel 4.8. Uji Validitas dan Reliabilitas	63
Tabel 4.9. Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.10. Uji Outkier	65
Tabel 4.11. <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	67
Tabel 4.12. CFA Eksogen Sebelum Perbaikan Model	68
Tabel 4.13. <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen setelah Perbaikan Model	69
Tabel 4.14. CFA Eksogen Setelah Perbaikan Model.....	70
Tabel 4.15. Loading Factors (λ) Pengukuran Variabel Eksogen.....	71
Tabel 4.16. <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen sebelum Perbaikan	72
Tabel 4.17. CFA Endogen Sebelum Perbaikan Model	73
Tabel 4.18. <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen setelah Perbaikan Model.....	74
Tabel 4.19. CFA Endogen Sesudah Perbaikan Model.....	75
Tabel 4.20. Loading Factors (λ) Pengukuran Variabel Endogen (Y).....	76

Tabel 4.21. Kesesuaian Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	78
Tabel 4.22. <i>Standardized Regression Weight</i>	79
Tabel 4.23. <i>Squared Multiple Correlation</i>	80
Tabel 4.24. Pengaruh Langsung antar Variabel Berdasarkan Model SEM.....	81
Tabel 4.25. Besar <i>Total Effect</i>	83



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Market Share Produk Skincare Korea di Indonesia	4
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	32
Gambar 3.1. Full model simple	47
Gambar 3.2. Uji <i>Goodness of Fit</i>	53
Gambar 4.1. Pengujian Konfirmatori Eksogen sebelum Perbaikan Model	67
Gambar 4.2. Pengujian Konfirmatori Eksogen sesudah Perbaikan Model	68
Gambar 4.3. Pengujian Konfirmatori Endogen sebelum Perbaikan Model	71
Gambar 4.3. Pengujian Konfirmatori Endogen Setelah Perbaikan Model	72
Gambar 4.4. Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen.....	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden

Lampiran 3. Frekuensi Data

Lampiran 4. Uji Validitas dan Realibilitas

Lampiran 5. Analisis Data

