



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, DAYA TARIK IKLAN,
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PENGGUNA PRODUK KOSMETIK
PIXY DI KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

NURUL IKA HIDAYAH

2020-11-222

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2024**



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, DAYA TARIK IKLAN,
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PENGGUNA
PRODUK KOSMETIK PIXY DI KUDUS)**

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

Oleh:

NURUL IKA HIDAYAH

2020-11-222

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, DAYA TARIK IKLAN,
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PENGGUNA PRODUK KOSMETIK
PIXY DI KUDUS)**

Nama : Nurul Ika Hidayah
NIM : 202011222
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim

Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muria Kudus

Kudus,.....2024

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)

NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)

NIDN. 0615079303

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, DAYA TARIK IKLAN,
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PENGGUNA PRODUK KOSMETIK
PIXY DI KUDUS)**

Nama : Nurul Ika Hidayah
NIM : 202011222
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2024

Mengetahui,

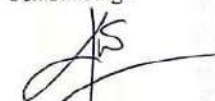
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)

NIDN. 0628048702

Mengetahui,

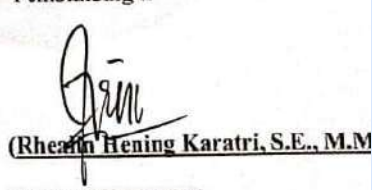
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Rhean Hening Karatri, S.E., M.M)

NIDN. 0615079303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Allah tidak membebani seorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.”

(Q.S. Al-Baqarah:286)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”

(Ridwan Kamil)

“Sukses adalah ketika kita bisa menjadi diri sendiri dan melakukan yang terbaik.”

– Imam Al-Ghazali

Persembahan :

Tiada lembar yang paling inti dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan,

laporan skripsi saya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada :

- 1) Bapak dan ibu yang selalu memberikan doa, semangat dan nasehat.
- 2) Sahabat serta teman yang sudah memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
- 3) Almameter tercinta Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya ucapkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat,taufik dan hidayah serta ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “Pengaruh *Celebrity Endorser*, Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Produk Pixy di Kudus)” skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan jenjang pendidikan strata 1 (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan demikian kesempatan ini penulis ingin 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. Noor Indah Rahmawati, SE., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, SE., M.M selaku dosen pembimbing I terimakasih telah memberikan bimbingan, motivasi dan waktunya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Rhealin Hening Karatri, SE., M.M Selaku dosen pembimbing II terimakasih atas arahan dan membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Kepada kedua orangtua ku, Bapak Heri Kuswanto dan Ibu Sumisih. Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk segala semangat dan nasehat yang selalu diberikan serta tak henti mendoakan segala hal baik untuk kesuksesan anak mu ini.
8. Saudara kandungku, Nabila Suci Ramadani serta Nenek dan Kakek dan tak lupa keluarga besar, yang telah memberikan doa, motivasi dan dukungan sehingga bisa ketahap saat ini.
9. Sahabat serta rekan seperjuangan dalam mengerjakan tugas akhir yang selalu bersama-sama dan selalu memberikan dukungan, teruntuk Rizky, Dela, Yuni, Mita, Novia, Bunga.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Dalam penyusunan skripsi masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun diterima oleh penulis untuk lebih baik lagi. Penulis berharap skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi semua pihak.

Kudus, 2024

Penulis,

Nurul Ika Hidayah

202011222

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, DAYA TARIK IKLAN,
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN (STUDI KASUS PENGGUNA KOSMETIK PIXY DI
KUDUS)**

NURUL IKA HIDAYAH
2020-11-222

Pembimbing 1: Nurul Rizka Arumsari,S.E.,M.M.
2: Rhealin Hening Karatri,S.E.,M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKS

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Celebrity endorser*, daya tarik iklan, kualitas produk dan citra merek terhadap Keputusan pembelian kosmetik Pixy. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan data yang digunakan adalah data primer. Populasi pada penelitian ini yaitu pada pengguna kosmetik Pixy di Kudus. Dengan metode *purposive sampling* penelitian ini memiliki sampel sebanyak 135 responden. Data yang digunakan yaitu data primer, untuk menguji hipotesis dengan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *celebrity endorser* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian, daya Tarik iklan berpengaruh negatif signifikan terhadap Keputusan pembelian, Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian, Citra merek berpengaruh negatif signifikan terhadap Keputusan pembelian.

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

**THE INFLUENCE OF *CELEBRITY ENDORSERS*, ADVERTISING
ATTRACTIVENESS, PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON
PURCHASING DECISIONS (CASE STUDY OF PIXY COSMETICS
USERS IN KUDUS)**

NURUL IKA HIDAYAH
2020-11-222

Advisor

1: Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

2: Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M.

**MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAMS OF
MANAGEMENT**

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of celebrity endorsers, advertising appeal, product quality and brand image on purchasing decisions for Pixy cosmetics. This type of research is quantitative research and the data used is primary data. The population in this study were Pixy cosmetic users in Kudus. With the purposive sampling method, this study had a sample of 135 respondents. The data used were primary data, to test the hypothesis with multiple linear regression analysis using the SPSS 23 program. The results of this study indicate that celebrity endorsers positife significant on purchasing decisions, advertising appeal does not negatife significant on purchasing decisions, product quality positife significant on purchasing decisions, brand image does not negatife significant on purchasing decisions.

**Keywords: *Celebrity Endorser*, Advertising Appeal, Product Quality,
Brand Image, Buying Decision**

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Ruang Lingkup.....	14
3. Purnasus Masalah.....	15
4. Tujuan Penelitian.....	16
5. Kegunaan Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1. Pengertian keputusan pembelian	19
2.1.2. Pengertian <i>celebrity endorser</i>	22
2.1.3. Pengertian daya tarik iklan	25
2.1.4. Pengertian kualitas produk	27
2.1.5. Pengertian citra merek	30
2.2 Pengaruh Antar Variabel	33
2.2.1. Pengaruh antara <i>celebrity endorser</i> terhadap keputusan pembelian.....	33
2.2.2. Pengaruh antara daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian	34
2.2.3. Pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian	34
2.2.4. Pengaruh antara citra merek terhadap keputusan Pembelian.....	35
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu	35
2.4 Kerangka Pikir Teoritis	37
2.5 Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Rancangan Penelitian	39
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.4 Populasi dan Sampel	45
3.5 Pengumpulan Data	46
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	47
3.7 Pengolahan Data.....	48
3.8 Analisis Data	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.2 Penyajian Data.....	56
4.3 Analisis Data	58
4.4 Pembahasan Hasil	71
BAB V PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran Penelitian.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top brand index kategori lipstik	5
Tabel 1.2 Top brand index kategosi bedak muka padat	9
Tabel 1.3 Data penjualan kosmetik pixy 2019-2021	12
Tabel 4.1 Responden berdasarkan usia	56
Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan domisi	57
Tabel 4.3 Hasil uji analisis deskriptif	58
Tabel 4.4 Hasil uji validitas	60
Tabel 4.5 Hasil uji reliabilitas	62
Tabel 4.6 Hasil uji normalitas	63
Tabel 4.7 Hasil uji multikoliniertas	64
Tabel 4.8 Hasil uji heteroskedastisitas	65
Tabel 4.9 Hasil analisis linear berganda	66
Tabel 4.10 Hasil koefisien determinasi (R^2)	68
Tabel 4.11 Hasil uji F	69
Tabel 4.12 Hasil uji t	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Tabel 1.1 Review beuty vlongger.....	7
Tabel 1.2 Media iklan lipstick pixy.....	8
Tabel 1.3 Review pembelian bedak padat pixy	10
Tabel 2.1 Kerangka pemikiran teoritis	37

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Pada Pengguna Kosmetik Pixy	84
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	87
Lampiran 3. Data Responden	94
Lampiran 4. Diagram Pertanyaan.....	99
Lampiran 5. Data Tabulasi	101
Lampiran 6. Hasil Output SPSS	119
Lampiran 7. Tabel r.....	129
Lampiran 8. Tabel F.....	133
Lampiran 9. Tabel t	137
Lampiran 10. Kuesioner google formulir	142