



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *DIGITAL MARKETING*,
PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK INNISFREE
(STUDI PADA KONSUMEN PRODUK INNISFREE DI
KABUPATEN KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

CITRA AINUN NIZMA

NIM: 2020-11-578

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



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *DIGITAL MARKETING*,
PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK INNISFREE
(STUDI PADA KONSUMEN PRODUK INNISFREE DI
KABUPATEN KUDUS)**

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

Oleh :

CITRA AINUN NIZMA

NIM : 2020-11-578

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

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *DIGITAL MARKETING*,
PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK INNISFREE (STUDI PADA KONSUMEN
PRODUK INNISFREE DI KABUPATEN KUDUS)**

Nama : Citra Ainun Nizma
NIM : 202011578
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,.....

Pembimbing I



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

NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Agung Subono, S.E., M.Si.)

NIDN. 0520017602

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN. 0024037701

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *DIGITAL MARKETING*,
PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK INNISFREE (STUDI PADA KONSUMEN
PRODUK INNISFREE DI KABUPATEN KUDUS)**

Nama : Citra Ainun Nizma

NIM : 202011578

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



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

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Agung Subono, S.E., M.Si)

NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

لا يكلف الله نفساً إلا وسعها

“Allah tidak membebani seseorang sesuai dengan kesanggupannya”

(QS.Al-Insyirah 5-6)

“Letakkan aku dalam hatimu, maka aku akan meletakkanmu dalam hatiku”

(QS. Al-Baqarah : 152)

“Kesuksesan tidak datang dengan mudah, tapi melalui kerja keras, tekad yang kuat dan ketekunan yang tiada henti”

(B.J. Habibie)

Persembahan :

1. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang saya sayangi.
2. Dosen pembimbing saya yang selalu memberikan arahan dan motivasi.
3. Sahabat dan teman seperjuangan, serta orang-orang baik yang hadir dalam hidup saya.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“Pengaruh Celebrity Endorser, Digital Marketing, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Innisfree (Studi Pada Konsumen Produk Innisfree di Kabupaten Kudus)”**. Penyusunan skripsi ini guna memenuhi tugas akhir strata satu Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Pada penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah membantu. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih 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, S. E., M. M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M. M., selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing saya dengan sabar dan telah meluangkan waktunya untuk menuntun saya dalam mengerjakan skripsi.
5. Agung Subono, S.E., M. Si., selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing saya dengan sabar dan telah meluangkan waktunya untuk menuntun saya dalam mengerjakan skripsi.

Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

6. Teristimewa kepada Bapak dan Ibu tercinta, Bapak Sukemi (Alm) dan Ibu Zahlati (Almh) serta kakakku tercinta Sulis Tiyono yang menjadi wali dan donatur untuk masa depan adiknya.

7. Keluarga yang senantiasa memberi semangat dan dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

8. Tidak lupa kepada sahabat saya Naeli Nur Syafa'ati dan teman-teman yang telah membantu dan menghibur penulis disaat penulis mengalami kendala saat menyelesaikan skripsi ini.

Tidak lupa penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis berharap dapat diberikan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Kudus,

Penulis



CITRA AINUN NIZMA
NIM.202011578

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *DIGITAL MARKETING*,
PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK INNISFREE (STUDI PADA KONSUMEN
PRODUK INNISFREE DI KABUPATEN KUDUS)**

CITRA AINUN NIZMA

202011578

Pembimbing : 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M. M.,
2. Agung Subono, S.E., M.Si.,

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Celebrity Endorser*, *Digital Marketing*, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Innisfree di Kabupaten Kudus). Populasi pada penelitian ini adalah konsumen produk Innisfree yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga menghasilkan sampel sebanyak 125 responden. Analisis data menggunakan SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, *Celebrity endorser*, *digital marketing*, persepsi harga, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk Innisfree di Kabupaten Kudus.

Kata Kunci : *celebrity endorser*, *digital marketing*, persepsi harga, kualitas produk, minat beli konsumen.

**THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSERS, DIGITAL
MARKETING, PERCEPTIONS OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON
CONSUMER PURCHASE INTEREST IN INNISFREE PRODUCTS
(STUDY ON CONSUMERS OF INNISFREE PRODUCTS IN KUDUS
DISTRICT)**

CITRA AINUN NIZMA

202011578

Advisor : 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M. M.,
2. Agung Subono, S.E., M.Si.,

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

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Celebrity Endorser, Digital Marketing, Price Perception and Product Quality on Consumer Purchase Interest (Study of Innisfree Product Consumers in Kudus Regency). The population in this study is consumers of Innisfree products whose exact number is unknown. The sampling technique used purposive sampling to produce a sample of 125 respondents. Data analysis uses SPSS version 26. Based on the research results, it shows that celebrity endorsers have a positive and significant effect on consumer buying interest, digital marketing has a positive and significant effect on consumer buying interest, price perception has a positive and significant effect on consumer buying interest, product quality has a positive effect and significant influence on consumer buying interest, Celebrity endorsers, digital marketing, price perception, and product quality have a positive and significant influence on consumer buying interest in Innisfree products in Kudus Regency.

Keywords: celebrity endorser, digital marketing, price perception, product quality, consumer buying interest.

DAFTAR ISI

	Halaman
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.5.1 Manfaat Praktis	13
1.5.2 Manfaat Teoritis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	14
2.2 <i>Celebrity Endorser</i>	14
2.2. 1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	14
2.2.2 Fungsi <i>Celebrity Endorser</i>	16
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Celebrity Endorser</i>	16

2.2.4 Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	17
2.3 Digital Marketing	19
2.3.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	19
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Digital Marketing</i>	21
2.4 Persepsi Harga	23
2.4.1 Pengertian Persepsi Harga	23
2.4.2 Indikator Persepsi Harga	24
2.5 Kualitas Produk.....	26
2.5.1 Pengertian Kualitas Produk	26
2.5.2 Faktor-uji yang Mempengaruhi Kualitas Produk (<i>Physical Quality</i>).....	29
2.5.3 Indikator Kualitas Produk	29
2.6 Minat Beli	30
2.6.2 Pengertian Minat Beli	30
2.6.2 Faktor-faktor Yang menimbulkan Minat Beli.....	31
2.6.3 Indikator Minat Beli.....	32
2.7 Pengaruh Antar Variabel.....	33
2.7.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli Konsumen....	33
2.7.2 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	34
2.7.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen.....	35
2.7.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.....	36
2.8 Penelitian Terdahulu	37
2.9 Kerangka Pikir Teoritis	38
2.10 Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41

3.1 Rancangan Penelitian.....	41
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.2.1 Jenis Variabel :.....	41
3.2.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	47
3.4 Populasi dan Sampel	48
3.5 Pengumpulan data.....	49
3.6 Uji Instrumen Penelitian	50
3.6.1 Uji Validitas	50
3.6.2 Uji Reliabilitas	51
3.7 Pengolahan Data	51
3.8 Analisis Data.....	52
3.8.1 Statistik Deskriptif	53
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
3.8.4 Pengujian Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	59
4.1.1 Profil Innisfree	59
4.2 Penyajian data	60
4.2.1 Deskripsi Responden	60
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel.....	63
4.3 Analisis Data.....	68
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	68
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	71

4.3.3 Uji Instrumen	77
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	79
4.3.5 Uji Hipotesis	82
4.2.2.2 Uji t	82
4.3.5.2 Uji F	84
4.4 Pembahasan Hasil penelitian	86
4.4.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli Konsumen....	86
4.4.2 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	87
4.4.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli konsumen.....	88
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Skincare</i> Korea Innisfree.....	3
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i>	48
Tabel 4. 1 Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	60
Tabel 4. 2 Distribusi Usia Responden.....	61
Tabel 4. 3 Distribusi Domisili Responden.....	62
Tabel 4. 4 Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	63
Tabel 4. 5 Variabel <i>Digital Marketing</i>	64
Tabel 4. 6 Variabel Persepsi Harga.....	65
Tabel 4. 7 Variabel Kualitas Produk.....	66
Tabel 4. 8 Variabel Minat Beli Konsumen.....	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	69
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov.....	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Validitas.....	77
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	79
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
Tabel 4. 15 Hasil Uji t.....	82
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	84
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	85

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 <i>Celebrity Endorser</i> Innisfree.....	4
Gambar 1.2 Penilaian <i>Skincare</i> Innisfree.....	7
Gambar 1.3 Harga Innisfree.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
Gambar 4. 1 Histogram Hasil Uji Normalitas Data.....	73
Gambar 4. 2 Uji Normalitas <i>P-Plot of Regression Standardized Residual</i>	74
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	76