



**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK, REPUTASI
PERUSAHAAN DAN CELEBRITY ENDORSE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN
PADA MY TAMARA SKINCARE PATI**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:
WERLY OCTAVIANI
2019-11-565

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS

2025



**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK, REPUTASI
PERUSAHAAN DAN CELEBRITY ENDORSE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN
PADA MY TAMARA SKINCARE PATI**

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

Oleh:
WERLY OCTAVIANI
2019-11-565

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK, REPUTASI PERUSAHAAN DAN
CELEBRITY ENDORSE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
MY TAMARA SKINCARE PATI**

Nama : Werly Octaviani

Nim : 201911565

Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 13 Maret 2025

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)
NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M.)
NIDN. 061099201

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
NIDN.0024037701

**PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK, REPUTASI PERUSAHAAN DAN
CELEBRITY ENDORSE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
MY TAMARA SKINCARE PATI**

Nama : Werly Octaviani

Nim : 201911565

Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 12 Maret 2025

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. Kertati Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN.0616077304

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M.)
NIDN. 061099201

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Maka sesungguhnya Bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada tuhan-mu lah engkau berharap”.

(QS. AL-Insyirah : 6-8)

PERSEMBAHAN :

1. Ayah (Joko Brojol) Dan Ibunda (Maya Meryana)
2. Sahabat Dan Teman Dekat

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh keunggulan produk, reputasi Perusahaan dan celebrity endorse terhadap Keputusan pembelian dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada My Tamara Skincare Pati ”**. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti sidang skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan didalamnya terdapat kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan 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 Utama dan Faridhatun Faidah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan arahan, masukan, motivasi, dan dukungan selama proses penyelesaian Skripsi ini.

5. Owner dan Karyawan My Tamara Skincare Pati
6. Untuk Kedua Orang Tua yang paling berjasa dalam hidup saya, Ayahanda Joko Brojol dan Ibunda Maya Meryana. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan kepada saya untuk melanjutkan Pendidikan kuliah, serta cinta, doa, motivasi, semangat dan nasihat yang tidak hentinya diberikan kepada anaknya dalam penyusunan Skripsi ini.
7. Untuk Sahabatku Intan Eleysia Putri teman-temanku yang telah memberikan dukungan dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan Skripsi ini.
8. Terakhir, diri saya sendiri, Werly Octaviani atas segala kerja keras dan semangat sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir Skripsi ini. Semoga saya tetap rendah hati, karena ini baru awal dari semua

Pati, 19 Januari 2024

Penulis

Werly Octaviani

2019-11-565

ABSTRAKSI

PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK, REPUTASI PERUSAHAAN DAN *CELEBRITY ENDORSE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA MY TAMARA SKINCARE PATI

Werly Octaviani

NIM 2019-11-565

Dosen Pembimbing : 1. Nurul Rizka Arumsari, SE., MM

2. Faridhatun Faidah, SE., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh keunggulan produk, reputasi perusahaan, dan celebrity endorse terhadap Keputusan pembelian dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan data yang digunakan adalah data primer. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan Purposive sampling dengan jumlah sampel 125. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan AMOS 24.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan produk, reputasi Perusahaan, celebrity endorse, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata kunci : keunggulan produk, reputasi Perusahaan, celebrity endorse, Keputusan pembelian, loyalitas pelanggan.

ABSTRACTION

PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK, REPUTASI PERUSAHAAN DAN CELEBRITY ENDORSE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA MY TAMARA SKINCARE PATI

Werly Octaviani

NIM 2019-11-565

Dosen Pembimbing : 1. Nurul Rizka Arumsari, SE., MM

2. Faridhatun Faidah, SE., MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

This study aims to analyze the effect of product excellence, company reputation, and celebrity endorsement on purchasing decisions in increasing customer loyalty. This type of research is quantitative research and the data used is primary data. The sampling of this study used Purposive sampling with a sample number of 125. Data analysis in this study used AMOS 24.0. The results showed that product excellence, P reputation

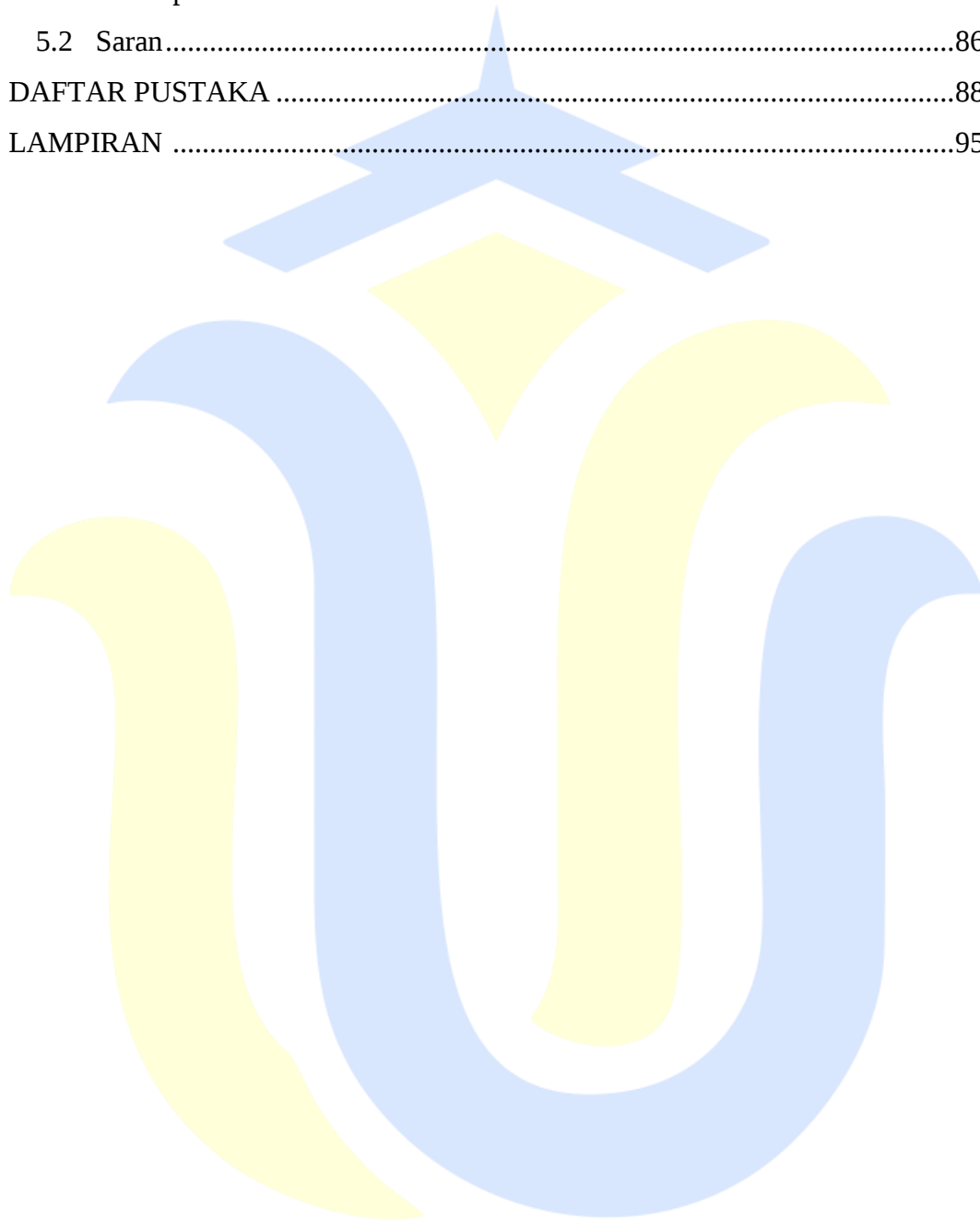
Kata kunci : product excellence, Company reputation, celebrity endorsement, purchase decision, customer loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACTION.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 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
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Perilaku Konsumen	14
2.2. Loyalitas Pelanggan	14
2.3. Keputusan Pembelian.....	17
2.4. Keunggulan Produk.....	23
2.5. Reputasi Perusahaan.....	25
2.6. <i>Celebrity Endorse</i>	26
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu	28
2.8. Pengaruh Antar Variabel.....	31
2.9. Kerangka Pikir Teoritis	35
2.10. Hipotesis.....	35
BAB III METODELOGI PENELITIAN	37

3.1. Rancangan Penelitian	37
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	41
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	41
3.5 Pengumpulan Data	42
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.7 Pengolahan Data.....	44
3.8 Analisis Data	45
3.9 Uji Hipotesis.....	48
3.10 Uji Mediasi	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Gambaran Perusahaan	50
4.2. Deskripsi Pelanggan My Tamara <i>Skincare</i>	51
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian	53
4.3.1 Data Statistik Deskriptif Keunggulan Produk.....	53
4.3.2 Statistik Deskriptif Reputasi Perusahaan	54
4.3.3 Statistik Deskriptif <i>Celebrity Endorse</i>	55
4.3.4 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	56
4.3.5 Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan.....	57
4.3 Analisis Data	58
4.3.1 Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen dan Endogen	58
4.3.2 Evaluasi Asumsi Model Lengkap	64
4.3.3 Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	70
4.3.4 Uji Pengaruh Langsung, Uji Pengaruh Tidak Langsung dan Uji Pengaruh Total	74
4.4 Pembahasan	76
4.4.1 Pengaruh Keunggulan Produk terhadap Keputusan Pembelian...76	
4.4.2 Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian 77	
4.4.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorse</i> Terhadap Keputusan Pembelian78	
4.4.4 Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan....79	
4.4.5 Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan..81	

4.4.6 Pengaruh <i>Celebrity Endorse</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	82
4.4.7 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	95



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Volume Penjualan My Tamara	5
Tabel 1. 2 Rata-Rata Rating Klinik Kecantikan di Kabupaten Pati.....	6
Tabel 3. 1 Kuesioner	43
Tabel 3. 2 Indeks uji kelayakan model (Goodness of Fit Test)	48
Tabel 4. 1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	53
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Keunggulan Produk	54
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Reputasi Perusahaan	54
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorse</i>	55
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	57
Tabel 4. 9 Standardized Regression Weights Variabel Eksogen	59
Tabel 4. 10 <i>Standardized RegressionWeights</i> Variabel Endogen.....	60
Tabel 4. 11 <i>Standardized RegressionWeights</i> Variabel Eksogen setelah Perbaikan Model	62
Tabel 4. 12 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen setelah Perbaikan Model	63
Tabel 4. 13 Uji Normalitas Data	65
Tabel 4. 14 Mahalanobis d-squared	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji Ekstraksi Reliabilitas dan Varians Konstruk.....	67
Tabel 4. 16 Uji Full Model goodness of fit SEM	69
Tabel 4. 17 Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i>	69
Tabel 4. 18 Tabel Regression Weights	71
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Hipotesis	71
Tabel 4. 20 Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	75
Tabel 4. 21 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Ulasan Pelanggan My Tamara Skincare Pati	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
Gambar 4. 1 Logo My Tamara Skincare	50
Gambar 4. 2 Uji Konfirmasi Eksogen Sebelum Penyempurnaan Model.....	58
Gambar 4. 3 Uji Konfirmasi Endogen Sebelum Penyempurnaan Model	60
Gambar 4. 4 Uji Konfirmasi Eksogen Setelah Penyempurnaan Model	61
Gambar 4. 5 Uji Konfirmasi Eksogen Setelah Penyempurnaan Model	63
Gambar 4. 6 Evaluasi Variabel Eksogen dan Endogen Analisis Lengkap.....	64
Gambar 4. 7 Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM).....	68