



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KESADARAN
MEREK, CITRA MEREK, DAN *CELEBRITY ENDORSER*
TERHADAP MINAT BELI PRODUK POND'S
DI KABUPATEN KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

RYZE ANJARFEBRIA

NIM. 202111528

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



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KESADARAN
MEREK, CITRA MEREK, DAN *CELEBRITY ENDORSER*
TERHADAP MINAT BELI PRODUK POND'S
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 :

RYZE ANJARFEBRIA

NIM. 202111528

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

TAHUN 2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KESADARAN MEREK,
CITRA MEREK, DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT
BELI PRODUK POND'S DI KABUPATEN KUDUS**

Nama : Ryze Anjarfebria

NIM : 202111528

Program Studi : Manajemen

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

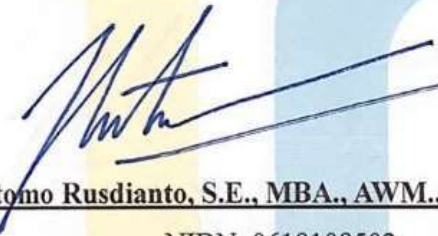
Kudus, 28 Februari 2025

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing


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

NIDN. 0024037701


(Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV)

NIDN. 0619108502

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KESADARAN MEREK,
CITRA MEREK DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT
BELI PRODUK POND'S DI KABUPATEN KUDUS**

Nama : Ryze Anjarfebria
NIM : 202111528
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 28 Februari 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi


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

Pembimbing


(Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV)
NIDN. 0619108502

Mengetahui,
Dekan



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang."

(Imam Syafi'i)

"Waktu adalah satu-satunya yang dapat menyembuhkan patah hati."

(Taylor Swift)

Persembahan :

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran untuk dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
2. Untuk alm ayahanda yang tidak pernah melihat anak perempuannya berangkat kuliah hingga wisuda, dan untuk alm Risang Adi Yudha yang juga tidak pernah melihat adik perempuannya berangkat kuliah hingga wisuda.
3. Segenap keluarga yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa.
4. Diri saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan sendiri sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat berhasil menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kesadaran Merek, Citra Merek dan *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli Produk Pond’s di Kabupaten Kudus”. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Pelaksanaan Skripsi ini tak lepas dari bantuan dan dukungan beberapa pihak, untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

- 1) Bapak 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 Universitas Muria Kudus.
- 4) Hutomo Rusdianto, S.E., MBA,. AWM,. QWM,. CBV. selaku Dosen Pembimbing yang telah tulus dan sabar memberikan bimbingan, meluangkan waktu dan tenaga serta masukan arahan maupun motivasi demi dapat terwujudnya skripsi ini dengan tepat waktu.
- 5) Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya Dosen Manajemen Universitas Muria Kudus atas segala ilmu yang telah diberikan.
- 6) Keluarga yang telah memberikan semangat, ketulusan doa, dan kasih sayang.
- 7) Gibran Zumarda yang telah selalu memberikan motivasi penulis menyelesaikan penyusunan Skripsi.

- 8) Jihan, Ifa, Zhenita yang selalu menemani dan selalu memberikan dukungan.
- 9) Mazda dan Eduard yang selalu mendukung, menemani dan membantu pada saat proses penyusunan Skripsi ini.
- 10) Terakhir kepada pihak yang tidak bisa penulis sebutkan namanya. Terimakasih untuk patah hati yang diberikan. hal tersebut dapat menjadikan motivasi bagi penulis untuk terus membuktikan bahwa penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu dan dapat menjadikan pengalaman pendewasaan untuk belajar lebih ikhlas dan sabar, serta menerima arti kehilangan. Karena hidup setiap harinya adalah pembelajaran, sehingga pada akhirnya setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya.

Penulis menyadari bahwa adanya kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan Skripsi ini, sebab itu penulis menerima segala kritikan, saran dan masukan dari pembaca sehingga penulis dapat lebih baik di masa yang akan datang.

Kudus, 28 - 02 - 2025

Penulis



Ryze Anjarfebria
202111528

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KESADARAN MEREK,
CITRA MEREK DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI
PRODUK POND'S DI KABUPATEN KUDUS**

RYZE ANJARFEBRIA
202111528

Pembimbing : Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV.

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, kesadaran merek, citra merek, dan celebrity endorser terhadap minat beli konsumen produk Pond's di Kabupaten Kudus. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Populasi penelitian ini adalah konsumen Pond's di Kabupaten Kudus, dengan sampel yang diambil sebanyak 120 responden menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, artinya semakin baik kualitas produk yang dirasakan konsumen, semakin besar minat beli mereka; 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dimana harga yang kompetitif sesuai dengan ekspektasi konsumen dapat meningkatkan minat beli produk Pond's; 3) Kesadaran merek tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, menunjukkan bahwa kesadaran merek Pond's belum cukup efektif dalam mendorong minat beli konsumen di Kabupaten Kudus; 4) Citra merek juga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, yang menandakan bahwa citra merek Pond's belum mampu memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut; 5) *Celebrity endorser* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, menunjukkan bahwa selebriti yang digunakan dalam kampanye pemasaran Pond's tidak cukup berpengaruh dalam meningkatkan minat beli konsumen. Penelitian ini memberikan saran bagi manajemen Pond's untuk lebih fokus pada peningkatan kualitas produk, penyesuaian harga yang lebih kompetitif, dan memperbaiki strategi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran merek dan citra merek.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kesadaran Merek, Citra Merek, *Celebrity Endorser*, Minat Beli.

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, BRAND AWARENESS,
BRAND IMAGE AND CELEBRITY ENDORSERS ON BUYING INTEREST
IN POND'S PRODUCTS IN KUDUS DISTRICT***

RYZE ANJARFEBRIA
202111528

Pembimbing : Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV.

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

ABSTRACTION

This study aims to analyze the effect of product quality, price, brand awareness, brand image, and celebrity endorsers on consumer buying interest in Pond's products in Kudus Regency. This study uses a quantitative descriptive method with data collection through distributing questionnaires. The population of this study were Pond's consumers in Kudus Regency, with a sample of 120 respondents taken using purposive sampling technique. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression test with the help of SPSS version 29. The results showed that: 1) Product quality has a positive and significant effect on purchase intention, meaning that the better the product quality perceived by consumers, the greater their purchase interest; 2) Price has a positive and significant effect on buying interest, where competitive prices in accordance with consumer expectations can increase buying interest in Pond's products; 3) Brand awareness has no significant effect on buying interest, indicating that Pond's brand awareness is not effective enough to encourage consumer buying interest in Kudus Regency; 4) Brand image also has no significant effect on purchase intention, indicating that the Pond's brand image has not been able to influence consumer decisions to buy the product; 5) Celebrity endorsers have no significant effect on purchase intention, indicating that the celebrities used in the Pond's marketing campaign are not influential enough to increase consumer buying interest. This study provides suggestions for Pond's management to focus more on improving product quality, adjusting more competitive prices, and improving marketing strategies to increase brand awareness and brand image.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Awareness, Brand Image, Celebrity Endorser, Purchase Intention.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACTION</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	18
1.3 Perumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian	20
1.5 Manfaat Penelitian	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Kajian Teori	22
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	22
2.1.2 Minat Beli.....	22
2.1.3 Kualitas Produk	25
2.1.4 Harga	28
2.1.5 Kesadaran merek	30
2.1.6 Citra Merek.....	32
2.1.7 <i>Celebrity endorser</i>	35
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	38
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	38

2.2.2	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	40
2.2.3	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli	42
2.2.4	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	45
2.2.5	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli	48
2.3	Penelitian Terdahulu	51
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	59
2.5	Hipotesis.....	59
BAB III METODE PENELITIAN.....		61
3.1	Rancangan Penelitian	61
3.2	Variabel Penelitian	62
3.2.1	Variabel Dependen	62
3.2.2	Variabel Independen.....	62
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	62
3.3.1	Kualitas Produk	62
3.3.2	Harga	63
3.3.3	Kesadaran merek	63
3.3.4	Citra Merek.....	64
3.3.5	<i>Celebrity Endorser</i>	64
3.3.6	Minat Beli.....	65
3.4	Jenis dan Sumber Data	66
3.5	Populasi dan Sampel	67
3.6	Pengumpulan Data	69
3.7	Uji Instrumen	70
3.8	Uji t	74
3.9	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		76
4.1	Hasil Penelitian	76
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	76
4.2	Karakteristik Responden	81
4.3	Deskriptif Variabel Penelitian.....	83
4.4	Analisis Data	88

4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	101
4.5.1	Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Minat Beli	101
4.5.2	Harga Berpengaruh Terhadap Minat Beli	103
4.5.3	Kesadaran Merek Berpengaruh Terhadap Minat Beli.....	104
4.5.4	Citra Merek Berpengaruh Terhadap Minat Beli.....	105
4.5.5	<i>Celebrity Endorser</i> Berpengaruh Terhadap Minat Beli	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		108
5.1	Kesimpulan	108
5.2	Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA		112
LAMPIRAN.....		123