

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION MEREK THREE
SECOND DI PONOROGO CITY CENTER DENGAN PERSEPSI
HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Dyah Ayu Kusumadewi

NIM : 13413015

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2017**

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION MEREK THREE
SECOND DI PONOROGO CITY CENTER DENGAN PERSEPSI
HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI**



Nama : Dyah Ayu Kusumadewi
NIM : 13413015
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Minat
Beli Produk Fashion Merek Three Second di Ponorogo City
Center dengan Persepsi Harga sebagai Variabel Moderasi
Nama : Dyah Ayu Kusumadewi
NIM : 13413015
Program Stud : Manajemen


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat
Diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 15 Agustus 2017

Pembimbing I

Pembimbing II


(Dra. Umi Farida, MM)
NIK.19610110 199112 13





(Naning Kristiyana, SE, MM)
NIK.19750921 200309 14

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



(Titih Rapini, SE, MM)
NIK.19630505 199003 2 003

Dosen Penguji

  
(Dra. Umi Farida, MM) **(Drs. Ec. Purwanto, MM)** **(Edi Santoso, SE, MM)**
NIK.19610110 199112 13 NIK.19531024 199309 14 NIK.19740311 200103 12

MOTTO

Jangan berfikir untuk menjadi lebih baik dari orang lain, tetapi belajarlah untuk menjadi lebih baik dari dirimu sendiri yang sebelumnya.

Tidak perlu takut salah, karena dari kesalahan kamu akan belajar menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Sesuatu akan terasa sulit apabila kata pertama yang difikirkan adalah kata "sulit".

Sesuatu akan menjadi kebanggaan jika sesuatu itu dikerjakan, bukan difikirkan.

Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai dengan do'a, karena sesungguhnya nasib seseorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa berusaha.

Hidup terlalu berat untuk mengandalkan diri sendiri tanpa melibatkan bantuan Allah SWT.



PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan rahmat Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk orang-orang yang saya sayangi,

Orang tua

Bapak dan Ibu tercinta, terimakasih atas segala dukungan dan do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, serta curahan kasih sayang yang tulus dan tak terhingga. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas apa yang telah Bapak dan Ibu berikan. Besar harapan saya dengan karya sederhana ini mampu memberikan sedikit kebahagiaan untuk Bapak dan Ibu dan semoga ini menjadi langkah untuk membahagiakan Bapak dan Ibu.

Bapak/Ibu Dosen

Bapak dan Ibu dosen pembimbing, penguji dan pengajar yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan yang tiada ternilai harganya agar saya menjadi lebih baik. Terimakasih untuk ilmu yang telah disampaikan selama ini.

Saudaraku

Untuk adik ku, terimakasih atas dukungan dan do'anya serta kebersamaan yang sangat berharga ketika berkumpul bersama berbagi canda dan tawa, menjadi tempat berbagi meskipun terkadang sering bertengkar namun selalu menjadi warna yang tak tergantikan.

Sahabat – sahabatku

Pina Lailiya Ari Febriani, Fitri Rahayu, Ririn Suharyani, Salma Maila Haqien dan Silvin Pancarina. Tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian saya tidak akan sampai disini. Terimakasih atas canda, tawa dan kenangan manis yang telah terukir. Kalian tempat berbagi suka dan duka. Aku bersyukur bisa mengenal kalian.

Someone

Seseorang yang selalu kusebut namanya dalam do'a, yang selalu menyemangati, selalu ada ketika aku butuh, menjadi tempat berbagi keluh kesah. Terimakasih atas dukungan dan do'anya.

Teman-teman

Teman-teman manajemen A, terimakasih atas canda tawa dan solidaritasnya sehingga membuat hari-hari semasa kuliah menjadi lebih berarti. Semoga Allah SWT membalas jasa budi kalian di kemudian hari dan memberikan kemudahan dalam segala hal, aamiin..

ABSTRAK

Persoalan fashion terutama kaos distro semakin menggeliat dan berkembang di Indonesia. Hal ini membuat merek-merek lokal berjuang mempertahankan kualitasnya. Outlet Three Second di Ponorogo City Center merupakan salah satu outlet resmi yang menyediakan brand pakaian ternama di kalangan anak muda yang berpusat di Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* dan kualitas produk terhadap minat beli produk fashion merek Three Second Ponorogo City Center dengan persepsi harga sebagai variabel moderasi. Sampel ditentukan menggunakan teknik *non probability sampling* khususnya *purposive sampling* dengan jumlah 96 responden. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner yang diisi oleh responden. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Moderated Regression Analysis*(MRA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. *Celebrity endorser* yang dimoderasi oleh persepsi harga berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat beli. Kualitas produk yang dimoderasi oleh persepsi harga berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci : *celebrity endorser*, Kualitas produk, persepsi harga dan minat beli

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN KUALITAS TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION MEREK THREE SECOND DI PONOROGO CITY CENTER DENGAN PERSEPSI HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI".

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Ibu Dra. Umi Farida, MM selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan dosen pembimbing I atas segala bimbingan dan arahannya sehingga skripsi ini dapat selesai sesuai dengan yang direncanakan
3. Ibu Naning Kristiyana, SE, MM selaku dosen pembimbing II atas segala bimbingan dan arahannya sehingga skripsi ini dapat selesai sesuai dengan yang direncanakan

4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogoyang telah membekali peneliti dengan ilmu pengetahuan
5. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu yang selalu mendukung dan memberikan do'a yang tiada henti untuk kesuksesan peneliti,serta memberi kasih sayang yang tulus dan ikhlas kepada peneliti semenjak kecil
6. Pimpinan outlet Three Second di Ponorogo City Center yang telah memberikan ijin penelitian dan membantu kelancaran penelitian ini
7. Teman-teman Manajemen A atas kebersamaan dan bantuan yang berarti bagi penulis
8. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-satu

Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun akan peneliti terima dengan senang hati. Akhirnya hanya kepada Allah SWT peneliti serahkan segalanya mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi kita semua.

Ponorogo, 15 Agustus 2017

Peneliti

(Dyah Ayu Kusumadewi)

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 15 Agustus 2017



(Dyah Ayu Kusumadewi)
NIM 13413015

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	i
Motto dan Persembahan	ii
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Perumusan Masalah	5
1.3.Batasan Masalah.....	5
1.4.Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Tujuan Penelitian	6
1.4.2. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Pemasaran.....	9
2.1.1.1. Definisi Pemasaran.....	9
2.1.1.2. Tujuan Pemasaran	10
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	10
2.1.3. Kualitas Produk.....	11

2.1.3.1. Definisi Kualitas Produk.....	11
2.1.3.2. Indikator Kualitas Produk.....	11
2.1.4. Harga	14
2.1.4.1. Definisi Harga.....	14
2.1.4.2. Indikator Harga	14
2.1.5. Celebrity Endorser	15
2.1.5.1. Definisi Celebrity Endorser	15
2.1.5.2. Indikator Celebrity Endorser	15
2.1.6. Perilaku Konsumen	17
2.1.6.1. Definisi Perilaku Konsumen.....	17
2.1.6.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi	17
2.1.7. Keputusan Pembelian.....	20
2.1.7.1. Definisi Keputusan Pembelian	20
2.1.7.2. Tahap Keputusan Pembelian	21
2.1.8. Minat Beli	24
2.1.8.1. Definisi Minat Beli.....	24
2.1.8.2. Faktor-faktor Psikologis yang Mempengaruhi Minat Beli ..	24
2.1.8.3. Indikator Minat Beli.....	25
2.1.8.4. Hubungan Minat Beli dengan Persepsi Harga	26
2.2. Penelitian Terdahulu	27
2.3. Kerangka Pemikiran.....	31
2.4. Hipotesis.....	31

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian	36
3.2. Populasi dan Sampel	36
3.2.1. Populasi	36
3.2.2. Sampel.....	37
3.3. Metode Pengambilan Data	38
3.4. Definisi Operasional Variabel	41
3.5. Metode Analisis Data	44
3.5.1. Uji Instrumen.....	44
3.5.2. Alat Analisis	46
3.5.3. Uji Hipotesis.....	49
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	50
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	50
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	51
4.1.2.1. Visi Perusahaan	51
4.1.2.2. Misi Perusahaan	51
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan	52
4.2. Gambaran Umum Perusahaan	53
4.3. Gambaran Umum Responden	55
4.2.1. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.2. Gambaran Responden Berdasarkan Usia	56
4.2.3. Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.4. Deskripsi Variabel/ Taggapan Responden	59

4.3.1. Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	59
4.3.2. Variabel Kualitas Produk	62
4.3.3. Variabel Persepsi Harga	64
4.3.4. Variabel Minat Beli	66
4.5. Pengujian Instrumen Data	69
4.4.1. Uji Validitas	69
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	70
4.6. Analisis Data	71
4.6.1. Tahap Pertama Analisis Regresi Sederhana.....	72
4.6.1. Tahap Kedua Moderated Regression Analysis	74
4.6.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	79
4.7. Pengujian Hipotesis	83
4.8. Pembahasan	91
4.8.1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli	92
4.8.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	93
4.8.3. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> yang Dimoderasi oleh Persepsi Harga terhadap Minat Beli	95
4.8.4. Pengaruh Kualitas Produk yang Dimoderasi oleh Persepsi Harga terhadap Minat Beli	96

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	99
5.2. Saran.....	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 4.1. Data Karyawan Outlet Three second di Ponorogo City Center	52
Tabel 4.2. Harga Produk Three Second	53
Tabel 4.3. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.4. Gambaran Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.5. Gmbaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Mengenai Celebrity Endorser.....	59
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk	62
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Harga	65
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli.....	67
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Validitas.....	69
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Reabilitas	71
Tabel 4.12. Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Celebrity endorser terhadap Minat Beli.....	72
Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	73
Tabel 4.14. Hasil Analisis MRA Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli yang Dimoderasi oleh Persepsi Harga.....	76
Tabel 4.15. Hasil Analisis MRA Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli yang Dimoderasi oleh Persepsi Harga.....	78
Tabel 4.16. Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Sebelum Moderasi untuk Celebrity Endorser	80
Tabel 4.17. Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Setelah Moderasi untuk	

CelebrityEndorser	81
Tabel 4.18. Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Sebelum Moderasi untuk KualitasProduk.....	82
Tabel 4.19. Hasil Koefisien Determinasi (R^2) Setelah Moderasi untuk KualitasProduk.....	83
Tabel 4.20. Hasil t hitung variabel Celebrity Endorser (Sebelum Moderasi).....	84
Tabel 4.21. Hasil t hitung variabel Celebrity Endorser (Setelah Moderasi)	86
Tabel 4.22. Hasil t hitung Kualitas Produk (Sebelum Moderasi)	88
Tabel 4.23. Hasil t hitung Kualitas Produk (Setelah Moderasi)	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar 2.2. Langkah-langkah antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Three Second di ponorogo City Center	52
Gambar 4.2. Kurva daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_a untuk variabel celebrity endorser (sebelum moderasi)	85
Gambar 4.3. Kurva daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_a untuk variabel celebrity endorser (setelah moderasi).....	87
Gambar 4.4. Kurva daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_a untuk kualitas produk (sebelum moderasi)	89
Gambar 4.5. Kurva daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_a untuk kualitas produk (setelah moderasi).....	91