

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN CELEBRITY
ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KLINIK
KECANTIKAN DI PONOROGO.**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo)**



Nama : Indra Ratna Sari

NIM : 14413489

Progam Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN CELEBRITY
ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KLINIK
KECANTIKAN DI PONOROGO.**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo)**



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 : Indra Ratna Sari

NIM : 14413489

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : pengaruh citra merek, kualitas produk dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian pada klinik kecantikan di ponorogo (studi kasus pada mahasiswa prodi Manajemen fakultas Ekonomi di universitas Muhammadiyah ponorogo)

Nama : Indra Ratna Sari

NIM : 14413489

Program Studi : Manajemen

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

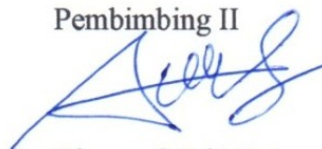
Ponorogo, 04 Agustus 2020

Pembimbing I



Dr. Hadi Sumarsono, SE, M.Si
NIDN: 000057601

Pembimbing II



Riawan S. Pd, MM
NIDN: 0705128502

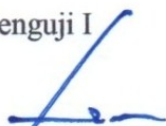
Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



Titi Rapini, SE., MM
NIDN: 0005056301

DosenPenguji :

Penguji I



Dr. Hadi Sumarsono, SE, M.Si
NIDN: 000057601

Penguji II



Edi Santoso, SE., MM
NIDN: 0711037401

Penguji III



Dra Umi Farida, MM
NIDN: 0710016101

ABSTRAK

Sari, Indra Ratna. 2020. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Klinik Kecantikan Di Ponorogo. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo Fakultas Ekonomi)”. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Pembimbing I.Dr. Hadi Sumarsono SE, M.Si., Pembimbing II. Riawan S.Pd, MM

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, *Celebrity Endorser* dan Keputusan Pembelian.

Klinik kecantikan yang ada di Ponorogo mendorong masing – masing klinik untuk mengimplementasikan strategi pemasaran yang kompetitif untuk meningkatkan kinerja pemasarannya dan menarik pelanggan melalui peningkatan kepuasan dan kenyamanan pelanggan dalam menerima pelayanan pada klinik kecantikan tersebut. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan Citra Merek, Kualitas Produk dan *Celebrity Endorser*. Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi-informasi terhadap merek tersebut. Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk / jasa yang bergantung kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan / yang tersirat. Penggunaan *celebrity endorser* dalam mengiklankan produk bukanlah hal baru. Kalangan selebriti seperti aktris, atlet, musisi, comedian atau actor dianggap mampu membuat pesan yang disampaikan lebih berkesan.

Tujuan penelitian ini ialah mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel Citra Merek, Kualitas Produk Dan *Celebrity Endorser* terhadap terhadap keputusan pembelian konsumen pada Klinik Kecantikan di Ponorogo. Metode penelitian ini adalah metode Kuisisioner, Wawancara dan Studi pustaka. Penelitian ini menggunakan metode deskripti kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa Citra Merek dan *Celebrity Endorser* mempunyai koefisien regresi yang berkonotasi positif, hal tersebut berarti Citra Merek dan *Celebrity Endorser* memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Kualitas Produk mempunyai nilai koefisien

regresi yang berkonotasi negatif, hal tersebut berarti Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Uji F dapat diketahui bahwa ke tiga variabel independen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan. Angka Adjusted R² sebesar 0,527 menunjukkan bahwa 52,7% Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya 47,3% merupakan sumbangan dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan regresi berganda dalam penelitian ini.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil‘alamin, segala puji penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu wa Ta’ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh citra merek, kualitas produk dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian pada klinik kecantikan di ponorogo (studi kasus pada mahasiswa prodi manajemen di universitas muhammadiyah ponorogo)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan program Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Ucapan terima kasih yang setulusnya, tak lupa penulis sampaikan kepada :

1. Ibu Titi Rapini., SE.MM selaku dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Ibu Dra Umi Farida, MM selaku Ketua Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Bapak Dr Hadi Sumarsono ,SE,M.Si selaku dosen pembimbing, terima kasih atas saran, dukungan dan kesabarannya dalam membimbing proses penyelesaian skripsi ini
4. Bapak dan Ibu tercintaku, saudara-saudaraku, dan keluarga besarku yang telah memberikan do’a, semangat dan motivasi
5. Bapak Ibu Dosen fakultas ekonomi manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan banyak ilmu
6. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Mudah – mudahan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin.

Ponorogo, 02 september 2020

Indra Ratna Sari



PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini 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, 02 september 2020




Indra Ratna Sari

NIM. 14413489

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Satu ons praktik lebih berharga dari pada satu ton teori

Mahatma Gadhi

The logo of Universitas Muhammadiyah Ponorogo is a large, light purple shield-shaped emblem. It features a central sunburst with Arabic calligraphy, surrounded by a green laurel wreath and a white star. The text 'UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH' is written in white along the top inner edge, and 'PONOROGO' is written along the bottom inner edge.

Hiduplah sesuka hatimu
tetapi ingat bahwa kamu akan mati;
cintailah segala sesuatu sekehendak hatimu
tetapi ingat yang engkau cintai akhirnya akan berpisah,
dan buatlah semua yang engkau mau
tetapi ingat bahwa engkau akan dimintai pertanggungjawaban
atas perbuatanmu itu.....

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

**Kedua orangtuaku yang sangat aku cintai dan aku banggakan serta untuk
segenap keluarga besarku.....**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	11
2.1.3 Citra Merek	13
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	13

2.1.3.2 Faktor Pembentukan Citra Merek	16
2.1.4 Kualitas Produk	17
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk	17
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Produk	19
2.1.4.3 Desain Produk	22
2.1.5 <i>Celebrity Endorser</i>	23
2.1.5.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	23
2.1.5.2 Peran <i>Celebrity Endorser</i>	25
2.1.5.3 Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	26
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
2.4 Hipotesis.....	38
2.4.1 Hubungan Citra Merek terhadap keputusan pembelian.....	38
2.4.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian.....	39
2.4.3 Hubungan <i>Celebrity Endorse</i> terhadap keputusan pembelian ..	40
2.4.4 Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk dan <i>Celebrity Endorser</i> terhadap keputusan pembelian	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	43
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	43
3.2.1 Populasi	43
3.2.2 Sampel.....	45

3.3 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4 Metode Pengambilan Data	46
3.5 Definisi Operasional Variabel	48
3.5.1 Variabel Bebas / <i>Independent Variable</i> (X).....	48
3.5.2 Variabel Terikat / <i>Dependent Variable</i> (Y).....	50
3.6 Metode Analisis Data	50
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian.....	50
3.6.1.1 Uji Validitas.....	51
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	51
3.6.2 Uji Regresi Linier Berganda	52
3.6.3 Koefisien determinasi (R^2).....	53
3.6.4 Uji Hipotesis	53
3.6.4.1 Uji statistik F	53
3.6.4.2 Uji statistik t	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Hasil Penelitian	57
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	57
4.1.1.1 Profil Fakultas Ekonomi	57
4.1.1.2 Profil Klinik Kecantikan di Ponorogo	58
4.1.2 Gambaran Umum Responden	65
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian	69
4.1.3.1 Deskripsi Variabel Citra Merek (X1)	69

4.1.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2).....	71
4.1.3.3 Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X3).....	72
4.1.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	73
4.1.3.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden	75
4.2 Hasil Penelitian	75
4.2.1 Uji Instrumen.....	75
4.2.1.1 Uji Validitas.....	75
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	76
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.2.3 Koefisien Determinasi (R^2)	80
4.2.4 Uji Hipotesis.....	81
4.2.4.1 Uji t (Parsial)	81
4.2.4.2 Uji F (Serempak)	85
4.3 Pembahasan Hasil Analisis	87
4.3.1 Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	87
4.3.2 Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	87
4.3.3 <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian	90
4.3.4 Citra Merek, Kualitas Produk dan <i>Celebrity Endorser</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.1 Keterbatasan penelitian dan Saran	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Jumlah Populasi	43
Tabel 3.2 Skala Likert.....	48
Tabel 4.1 Data Responden berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.2 Data Responden berdasarkan Biaya Perawatan Responden	66
Tabel 4.3 Data Responden berdasarkan Kali Kunjung Responden	67
Tabel 4.4 Data Responden berdasarkan Terakhir Kunjung Responden	67
Tabel 4.5 Data Responden berdasarkan Lama Penggunaan Responden	68
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek (X1)	69
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X2)	71
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Celebrity Endorser</i> (X3)	72
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	73
Tabel 4.10 Rekapitulasi Tanggapan Responden	75
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi	78
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi (R^2)	80
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial)	82
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Secara Bersama – sama (Uji F)	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian	30
Gambar 2.2 Kerangka pemimiran	37
Gambar 4.1 Daerah Penerimaan atau Penolakan Ho (X_1)	83
Gambar 4.2 Daerah Penerimaan atau Penolakan Ho (X_2)	83
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan atau Penolakan Ho (X_3)	84
Gambar 4.4 Daerah penolakan dan penerimaan Ho	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner

Lampiran 2 Data hasil kuesioner

Lampiran 3 Frekuensi identitas responden

Lampiran 4 Frekuensi variabel penelitian

Lampiran 5 Uji validitas dan reliabilitas

Lampiran 6 Uji regresi linier Berganda

Lampiran 7 berita acara bimbingan skripsi

