

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AREI
OUTDOOR GEAR DI TOKO CLIMATERRA EQUIPMENT KOTA
PONOROGO**



SKRIPSI

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

Nama : Wiwin Puji Lestari

N I M : 17414533

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AREI
OUTDOOR GEAR DI TOKO CLIMATERRA EQUIPMENT KOTA
PONOROGO**



SKRIPSI

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

Nama : Wiwin Puji Lestari

N I M : 17414533

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Anei Outdoor Gear di Toko Climaterra Kota Ponorogo

Nama : Wiwin Puji Lestari

NIM : 17414533

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 15 Desember 1997

Program Studi : Manajemen

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

Ponorogo, 26 Juli 2021

Pembimbing I



(Dra. Umi Farida, MM)
NIDN. 0710016101

Pembimbing II



(Sri Hartanto, SE., MM)
NIDN. 0730127102

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si)
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji :

Ketua



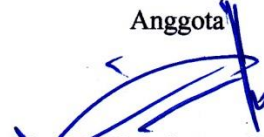
(Dra. Umi Farida, MM)
NIDN. 0710016101

Sekretaris



(Riawan, S.Pd., MM)
NIDN.0008057601

Anggota



(Nainng Kristiyana, SE., MM)
NIK. 19750921 201503 13

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Arei di Toko Climatedia Kota Ponorogo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*, skala pengukuran dengan *skala likert* melalui kuisioner, sedangkan sampel diambil sebanyak 72 konsumen. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) *Celebrity Endorser* (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Climatedia Kota Ponorogo, 2) *Brand Image* (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Climatedia Kota Ponorogo, 3) Kualitas Produk (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Climatedia Kota Ponorogo, dan secara simultan *Celebrity Endorser* (X1), *Brand Image* (X2), Kualitas Produk (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Toko Climatedia Kota Ponorogo.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

MOTTO

**“RENCANAKAN KERJAMU,
KERJAKAN RENCANAMU”**



-WIWIN&ERWIN-

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas kelancaran dan terselesaikan skripsi ini, saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Bapak dan Ibu yang selalu mendoakan dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini
2. Untuk sahabat saya Titania Eka Aprilia, terima kasih karena kalian selalu memotivasi, memberi semangat, menguatkan, dan saling membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Erwin Setiawan terima kasih karena selalu mensupport untuk tidak mengeluh dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-temanku Manajemen 8 E angkatan 2017 dan semua teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah 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 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, 26 Juli 2021



(Wiwin Puji Lestari)

NIM. 17414533

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT dengan segala rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Arei di Toko Climatedra Ponorogo*”**, ini dapat diselesaikan guna memnuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari beberapa pihak, Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih pada :

1. Bapak Dr. Happy Susanto, MA selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Dra. Umi Farida, MM selaku dosen pembimbing I dan Bapak Sri Hartono, SE., MM selaku dosen pembimbing II.
5. Bapak Bakti Setiawan sebagai pemilik Toko Climatedra Ponorogo yang sudah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di toko tersebut. Serta para karyawan yang berkekenan membantu dan bekerjasama dengan saya.
6. Bapak, Ibu keluarga besar yang tiada henti untuk selalu memberi semangat serta do'a.

7. Erwin Setiawan terima kasih sudah menemani perjuanganku ini, yang selalu memberi semangat, motivasi serta tiada henti mengingatkanku sehingga skripsi ini cepat selesai.
8. Teman-temanku semua yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini terima kasih atas bantuan dan selalu memberi semangat untuk kesuksesanku.

Penulis menyadari adanya keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, maka dari itu penulis berharap saran dan kritik sebagai masukan yang positif dan bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk semua pihak.



Ponorogo, 26 Juli 2021

Penulis

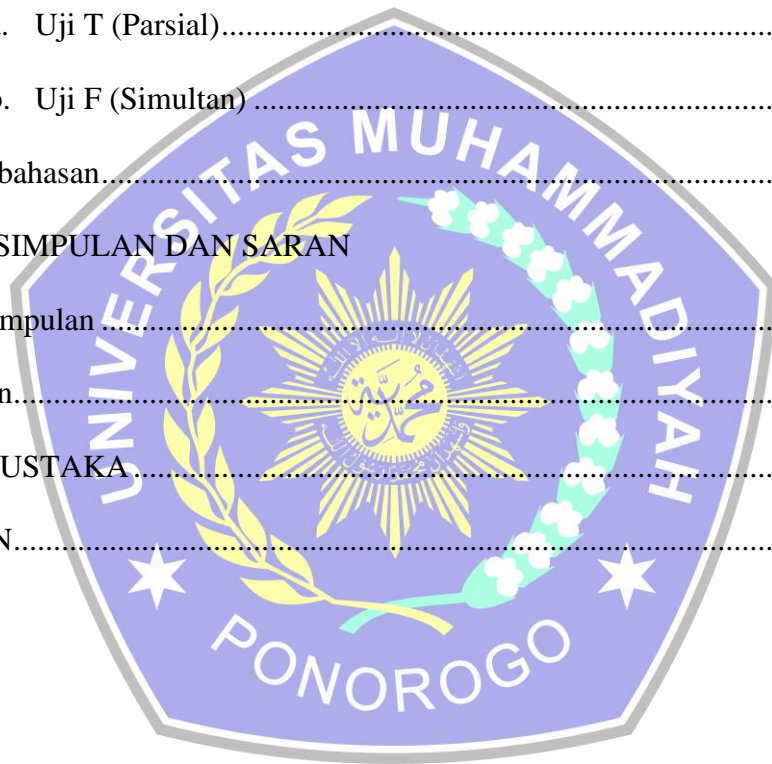
DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Pengesahan	ii
Motto.....	iii
Lembar Persembahan.....	iv
Ringkasan.....	v
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	12
1. Manajemen.....	12
2. Manajemen Pemasaran	13
a. Pengertian Pemasaran	13
b. Pengertian Manajemen Pemasaran	14

c. Strategi Pemasaran.....	15
3. Bauran Pemasaran/ <i>Marketing Mix</i>	17
4. Iklan	20
a. Pengertian Iklan	20
b. Tujuan Iklan	21
c. Media Iklan	22
d. Pemeran Iklan.....	22
5. <i>Celebrity Endorser</i>	23
a. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	23
b. Fungsi dan Manfaat Penggunaan <i>Celebrity Endorser</i>	24
c. Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	25
6. Merek/ <i>Brand</i>	26
a. Pengertian Merek/ <i>Brand</i>	26
b. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	28
c. Indikator <i>Brand Image</i>	30
7. Kualitas Produk.....	31
a. Pengertian Produk	31
b. Pengertian Kualitas Produk.....	32
c. Indikator Kualitas Produk	34
d. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	35
8. Keputusan Pembelian.....	36
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	36
b. Indikator Keputusan Pembelian	38
c. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	39

B. Penelitian Terdahulu.....	41
C. Kerangka Pemikiran	46
D. Hipotesis	47
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	50
B. Populasi dan Sampel	50
1. Populasi.....	50
2. Sampel	50
C. Metode Pengambilan Data.....	52
1. Jenis Data	52
a. Data Primer	52
b. Data Sekunder	53
D. Definisi Operasional Variabel	53
1. Variabel Independen	53
2. Variabel Dependen.....	56
E. Metode Analisis Data.....	57
1. Uji Instrumen.....	57
2. Analisis Data	59
3. Uji Hipotesis.....	60
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	63
1. Gambaran Umum Toko Climatedia Ponorogo	63
2. Karakteristik Responden	63
3. Rekapitulasi Tanggapan Responden	70

4. Uji Instrumen Data	79
a. Uji Validitas	79
b. Uji Reliabilitas	81
5. Alat Analisis Data	82
a. Analisis Regresi Berganda	82
b. Koefisien Determinasi	84
6. Uji Hipotesis.....	85
a. Uji T (Parsial).....	85
b. Uji F (Simultan)	87
B. Pembahasan.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	102



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 2 Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	66
Tabel 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi	67
Tabel 5 Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan/Bulan	68
Tabel 6 Responden Berdasarkan Intensitas Belanja.....	69
Tabel 7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X1).....	70
Tabel 8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	73
Tabel 9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk (X3).....	75
Tabel 10 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) .	77
Tabel 11 Hasil Uji Validitas	80
Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	81
Tabel 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	82
Tabel 14 Koefisien Determinasi	84
Tabel 15 Hasil Uji t (Parsial).....	86
Tabel 16 Hasil Uji F (Simultan)	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner Penelitian	103
Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi Kuisoner.....	108
Lampiran 3 Hasil Tanggapan Responden.....	110
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	113
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	117
Lampiran 6 Hasil Regresi Linier Berganda	121
Lampiran 7 Tabel r	122
Lampiran 8 Tabel t.....	123
Lampiran 9 Tabel F.....	124
Lampiran 10 Surat Ijin Penelitian.....	125
Lampiran 11 Berita Acara.....	126

