PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *REFERENCE GROUP* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FACIAL WASH* PADA PRIA

TUGAS AKHIR

Diajukam sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Nuzulul Fitriani Alifta

1161901036

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri,

dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk

telah saya nyatakan dengan benar.

Nama	**: Nuzulul Fitriani Alifta**
NIM	**: 1161901036**
Tanda Tangan	**:**
Tanggal	**: 30 May 2018**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	: Nuzulul Fitriani Alifta
NIM	: 1161301036
Program Studi	: Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Reference Group* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Facial Wash* Pada Pria

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Univesitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaff Shihab. S.E., M.Sc., MBA., Ph.D

Penguji 1 : Holila Hatta , S.Pd., M.M

Penguji 2 : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 30 Mei 2018

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1) Bapak Muchsin Saggaff Shihab. S.E., M.Sc., MBA., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2) Orang tua dan keluarga saya telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
3) Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Mei 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Nuzulul Fitriani Alifta
NIM	: 1161301036
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir	: Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berhudul :

"Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Reference Group* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Facial Wash* pada Pria"

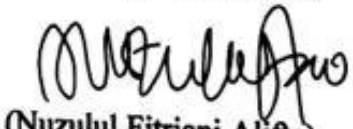
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 30 Mei 2018

Yang menyatakan,



(Nuzulul Fitriani Alifta)

Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Reference Group* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Facial Wash* pada Pria

Nuzulul Fitriani Alifta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *celebrity endorser* dan *reference group* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk *facial wash* pada konsumen pria. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Untuk memperoleh data yang digunakan dalam penelitian, penulis mengambil sampel sebanyak 100 responden dari Mahasiswa Universitas Bakrie yang menggunakan produk *facial wash* khusus pria. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *purposive sampling method.* Alat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner yang disebar ke responden tersebut. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa dua variabel independen yang digunakan yaitu *celebrity endorser* dan *reference group* dapat menjelaskan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *facial wash* khusus pria baik secara terpisah (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan).

Kata kunci : *celebrity endorser, reference group,* keputusan pembelian, produk *facial wash for men*

Influence Celebrity Endorser and Reference Group on Purchase Decision Facial Wash Product for Men

Nuzulul Fitriani Alifta

ABSTRACT

This study aims to determine whether the celebrity endorser and reference group has an influence on the purchase decision of facial wash products on male consumers. The method used in this research is quantitative method. To obtain the necessary data, the authors took a sample of 100 respondents from Bakrie University Students who use male facial wash products. The technique used in sampling is purposive sampling method. For collecting data, authors use questionnaires which distributed to the respondent. The results of this study states that two independent variables, celebrity endorser and reference group can explain purchasing decision as dependent variable. The results of this study prove that the variables of celebrity endorser have a positive and significant effect on purchasing decision of male facial wash product either separately or partially (simultaneously).

Keywords: *celebrity endorser, reference group, purchase decision, facial wash for men product*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ……..…….... i

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS……..… ii

LEMBAR PENGESAHAN ……..….iii

UNGKAPAN TERIMA KASIH ……..….iv

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKSI TUGAS AKHIR……..…v

ABSTRAK ……...……. vi

ABSTRACT ……...……. vii

DAFTAR ISI ……...……viii

DAFTAR GAMBAR ……..….. xi

DAFTAR TABEL ……....xii

DAFTAR LAMPIRAN ……. xiii

1. PENDAHULUAN ……..……...1

1.1. Latar Belakang ……..…..1

1.2. Perumusan Masalah ……....5

1.3. Tujuan Penelitian ……... 5

1.4. Manfaat Penelitian ……...…. 5

1.5. Batasan Penelitian ……..…6

2. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS ..7

2.1. Keputusan Pembelian …….7

2.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian …….....7

2.1.2. Dimensi dan Indikator Pembelian ……....7

2.2. *Celebrity Endorser* …….8

2.2.1. Pengertian *Celebrity Endorser* ……...…….8

2.2.2. Dimensi *Celebrity Endorser*…….……9

2.3. Reference Group ……..…….……10
2.3.1. Definis *Reference Group* …...……10
2.3.2. Dimensi *Reference Group* …….……10
2.4. Penelitian Sebelumnya …….……11
2.5. Kerangka Konseptual dan Hipotesis ……14
3. METODE PENELITIAN ……...……16
3.1. Desain Penelitian……...16
3.2. Variabel Penelitian ……..…….....16
3.2.1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)……..…..……..16
3.2.2. Variabel Bebas (*Independent Variable*) ……..……...16
3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian ……16
3.4. Populasi dan Sampel ……..……...18
3.4.1. Populasi……..……18
3.4.2. Sampel ……...18
3.5. Metode dan Teknik Pengambilan Sampel ……18
3.6. Jenis dan Sumber Data …… 19
3.6.1. Data Primer …….. 19
3.6.2. Data Sekunder ……..…. 19
3.7. Metode Pengumpulan Data ……..... 20
3.7.1. *Library Research* (Penelitian Kepustakaan)……...…....20
3.7.2. *Field Research* (Penelitian Lapangan)……20
3.8. Uji Coba Instrumen …….....20
3.8.1. Uji Validitas ……...20
3.8.2. Uji Reliabilitas ……...21
3.9. Uji Asumsi Klasik …… 21
3.9.1. Uji Normalitas ……... 21
3.9.2. Uji Multikolinearitas …… 22
3.9.3. Uji Heteroskedastisitas …….. 22
3.10. Analisis Regresi Linear Berganda …… 22
3.10.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)……..... 23
3.10.2. Uji F …….. 24
3.10.3. Uji T ……...…24

4. ANALIS DAN PEMBAHASAN…….....25
4.1. Analisis Karaketeristik Responden …….....25
4.1.1. Karakteristik Responden ……...25
4.1.2. Nilai Rata-Rata Indikator Variabel Penelitian ……..28
4.2. Analisis Uji Reliabilitas dan Uji Validitas……...……..…...29
4.2.1. Analisis Uji Validitas….....…….....28
4.2.2. Analisis Uji Reliabilitas …….……..…..30
4.3. Analisis Uji Asumsi Klasik ……..31
4.3.1. Analisis Uji Normalitas…….....31
4.3.2. Analisis Uji Heterokedastisitas……...32
4.3.3. Analisis Uji Multikolinearitas ……32
4.4. Analisis Regresi Linear Berganda…….……....33
4.5. Analisis Uji Determinasi …….....34
4.6. Analisis Uji Hipotests …….....…….....…….....……34
4.6.1. Analisis Uji Parsial (Uji T) ……..……..34
4.6.2. Analisis Uji Simultan (Uji F) …….35
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian…….……35
5. KESIMPULAN DAN SARAN……....37
5.1. Kesimpulan …….....37
5.2. Saran…….……...37

DAFTAR PUSTAKA ……..**39**

LAMPIRAN……..**42**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Konseptual Penelitian ……..…...… 14

Gambar 4.1 Hasil Analisis Uji Normalitas Model Regresi secara Grafik Histrogram ……..……...31

Gambar 4.2 Hasil Analisis Uji Normalitas Model Regresi secara Grafik Normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual*……...31

Gambar 4.3 Hasil Uji Analisis Heterokedastisitas……..…32

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Mengenai *Celebrity Endorser, Reference Group* dan Keputusan Pembelian……..…….....11

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian ……...……...…...17

Tabel 4.1 Karakteristik Responden …….…...25

Tabel 4.2 Rata-Rata Indikator Variabel Penelitian ……..……..28

Tabel 4.3 Hasil Analisis Uji Validitas ……...…...……..29

Tabel 4.4 Hasil Analisis Uji Reliabilitas ……..…….……30

Tabel 4.5 Hasil Analis Uji Multikolineatitas ……....……..……33

Tabel 4.5 Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda …….…….....33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner ……..……..42
Lampiran 2. Uji Validitas ……..….44
Lampiran 3. Uji Reliabilitas……50
Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik ……..…53
Lampiran 5. Uji Regresi Linear Berganda ……..... 55