

**PENGARUH KREDIBILITAS *BEAUTY VLOGGER* SEBAGAI
ENDORSER SELEBRITI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN WARDAH INSTAPERFECT DI
WILAYAH JAKARTA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



**DELLA VIONI
1171901015**


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Della Vioni

NIM : 1171901015

Tanda Tangan : 

Tanggal : 20 Februari 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir diajukan oleh:

Nama : Della Vioni
NIM : 117901015
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Beauty Vlogger* Sebagai Endorser Selebriti dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Instaperfect di Wilayah Jakarta.

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D.
Penguji : M. Taufiq Amir, Ph.D
Penguji : Holila Hatta, S.Pd., M.M



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Februari 2020

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat waktunya.

Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari selama proses penulisan Tugas Akhir ini banyak mengalami kendala. Namun, berkat bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak, penulis mampu menghadapi segala kendala yang ditemui oleh penulis. Terimakasih penulis ucapkan kepada kedua orang tua yaitu mama dan alm. papa yang telah memberikan semangat baik moril maupun materil, dan doa yang tiada hentinya dipanjatkan untuk kelancaran semua aktifitas dan kegiatan yang dilakukan oleh penulis. Tidak lupa penulis juga ucapkan terima kasih kepada:

- Bapak M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen dan dosen pembahas yang telah membantu memberi arahan dan masukan kepada penulis sehingga proses penyusunan skripsi berjalan dengan lancar.
- Bapak Muchsin Saggaff Shihab, S.E., M.Sc., MBA., Ph.D selaku pembimbing materi, yang sangat mendukung memotivasi, peduli dan menyediakan waktu untuk membimbing penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
- Segenap dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
- Bapak Taufik Hidayat selaku Staf Kesekretarisan Program Studi Manajemen yang telah membantu menangani segala urusan administrasi penulis.
- Orang tua saya yang selalu memotivasi dan mendukung saya selama saya belajar.
- Teman-teman Manajemen Kelas Karyawan Batch 8 yang telah

memberikan kenangan serta terus memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.

- Adik – adik penulis yaitu Rivaldo Faisal dan Alsa Zwiska yang telah membantu dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.

Terakhir kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempatan. Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini memberikan manfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Jakarta, Januari 2020

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Della Vioni
NIM : 1171901015
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Empiris (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 berjudul:

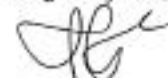
Pengaruh Kredibilitas *Beauty Vlogger* Sebagai Endorser Selebriti dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Instaperfect di Wilayah Jakarta.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media / 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 : 20 Februari 2020

Yang menyatakan



(Della Vioni)

**PENGARUH KREDIBILITAS BEAUTY VLOGGER SEBAGAI
ENDORSER SELEBRITI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WARDAH
INSTAPERFECT DI WILAYAH JAKARTA**

Della Vioni

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kredibilitas *Beauty Vlogger* sebagai Endorser Selebriti dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Wardah Instaperfect. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan melibatkan 100 responden. Responden dalam penelitian ini adalah perempuan yang telah membeli produk Wardah Instaperfect. Sampel dikumpulkan dengan teknik *Convenience Sampling Method*. Regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis data. Penelitian ini menggunakan Kredibilitas Endorser Selebriti, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian sebagai objek penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kredibilitas *Beauty Vlogger* sebagai Endorser Selebriti dan Kualitas Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Wardah Insteperfect di Wilayah Jakarta.

Kata kunci : Kredibilitas *Beauty Vlogger*, Kualitas Produk, Wardah

**THE INFLUENCE OF BEAUTY VLOGGER CREDIBILITY AS A
CELEBRITY ENDORSER AND PRODUCT QUALITY ON THE
PURCHASING DECISION OF WARDAH INSTAPERFECT IN
JAKARTA**

Della Vioni

ABSTRACT

This study aims to find out how the influence of beauty vlogger credibility as a celebrity endorser and product quality in the purchasing of Wardah Instaperfect. The study uses a quantitative approach and involves 100 respondents. Respondents in this study is woman who has bought Wardah Instaperfect. Samples are collected using the Convenience Sampling Method technique. Simple linear regression is used to analyze data. This study uses beauty vlogger credibility as a celebrity endorser, product quality and purchasing decision. The result of this study indicate that beauty vlogger as a celebrity endorser and product quality have a positive and significant effect on purchasing decision of Wardah Instaperfect in Jakarta.

Keywords: Beauty Vlogger Credibility, Product Quality, Wardah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
BAB II KERANGKA TEORITIS	6
2.1 <i>Celebrity Endorser</i>	6
2.1.1 <i>Credibility Celebrity Endorser</i>	9
2.2 Kualitas Produk.....	10
2.3 Keputusan Pembelian	12
2.3.1 Proses Keputusan Pembelian.	12
2.4 Penelitian Terdahulu	13
2.5 Kerangka Konseptual	15
2.6 Pengembangan Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Jenis Penelitian.....	17
3.2 Variabel Penelitian.....	17

3.3	Operasional Variabel Penelitian.....	18
3.3.1	<i>Beauty Vlogger</i> sebagai Endorser Selebriti.....	19
3.4	Metode Pengukuran Skala	20
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data	20
3.5.1	Jenis Data	20
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.6	Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.6.1	Populasi.....	22
3.6.2	Sampel Penelitian.....	22
3.7	Uji Instrumen	23
3.7.1	Uji Validitas	23
3.7.2	Uji Reliabilitas	24
3.8	Teknik Analisa Data.....	24
3.8.1	Uji Asumsi Klasik.....	24
3.8.2	Regresi Linier Berganda	25
3.8.3	Koefisien Determinasi.....	26
3.9	Hipotesis dan Pengujian Hipotesis.....	26
3.9.1	Uji Statistik F	26
3.9.2	Uji Parsial (Uji t).....	27
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		28
4.1	<i>Pre-Test</i> Kuesioner	28
4.2	Analisis Karakteristik Responden.....	29
4.3	Analisis Deskriptif	30
4.4	Hasil Pengujian Asumsi Klasik	31
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	31
4.4.2	Uji Multikolinearitas	33
4.4.3	Uji Heterokedastisitas	33
4.5	Analisis Regresi Berganda.....	34
4.5.1	Hasil Uji F.....	35
4.5.2	Hasil Uji R^2	35
4.5.3	Hasil Uji t.....	35

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	39
5.1 Kesimpulan.	39
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Hasil Survey Awal	4
Tabel 2.1	Tabel Tinjauan Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1	Tabel Operasoinalisasi Variabel	18
Tabel 4.1	Tabel Uji Validitas dan Realibilitas.....	28
Tabel 4.2	Tabel Karakteristik Responden.....	29
Tabel 4.3	Tabel Hasil Analisis Deskriptif	30
Tabel 4.4	Tabel Hasil Uji Normalitas.....	32
Tabel 4.5	Tabel Hasil Uji Multikolinearitas	33
Tabel 4.6	Tabel Heterokedastisitas.....	34
Tabel 4.7	Tabel Model Regresi Linier Berganda	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Wardah Instaperfect	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	15
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Survey Awal.....	43
Lampiran 2 Lampiran Kuesioner.....	44
Lampiran 3 Lampiran Wawancara	48
Lampiran 4 Data Mentah Jawaban Kuesioner	50
Lampiran 5 Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 20	60