

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *CELEBRITY OWNER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN SCARLETT WHITENING *HAND*
BODY LOTION)**

TUGAS AKHIR



Tania Agatha Mulyadi

1171001072

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

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
Telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Tania Agatha Mulyadi

NIM : 1171001072

Tanda Tangan : 

Tanggal : 18 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR


Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Tania Agatha Mulyadi
NIM : 1171001072
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : **PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN
CELEBRITY OWNER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI
KASUS PADA KONSUMEN SCARLETT WHITENING *HAND BODY*
LOTION)**

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, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Aurino Rilman Adam Djamaris, Ir., M.M. ()


Penguji 1 : Ananda Fortunisa, S. E, M.Si. ()

Penguji 2 : Holila Hatta, S.Pd., M.M. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING

<p>NAMA MAHASISWA/NIM</p>	<p>Tania Agatha Mulyadi / 1171001072</p>
<p>JUDUL SKRIPSI</p>	<p>Pengaruh <i>Brand Image</i> Dan <i>Celebrity Owner</i> Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen <i>Scarlett Whitening Hand Body Lotion</i>)</p>
<p>DISETUJUI TANGGAL</p>	<p>18 Agustus 2021</p>
<p>PEMBIMBING</p>	
<p>PEMBAHASA</p>	
<p>PENGUJI</p>	

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia nya lah saya masih diberikan kesempatan untuk menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul “Pengaruh *Brand Image* Dan *Celebrity Owner* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Scarlett Whitening *Hand Body Lotion*)”.

Penulis menyadari bahwa laporan yang dibuat masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya masukan, saran dan kritik. Penulis mengharapkan laporan yang telah dibuat ini memberikan manfaat yang sebaik-baiknya bagi berbagai pihak. Selama proses penulisan dan penyelesaian Tuga Akhir ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur penulis senantiasa penulis ucapkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Berkat umur dan kekuatan dari Allah SWT penulis dapat menyelesaikan semuanya dengan tepat waktu.

2. Keluarga

Terima kasih Mama, Mba Nessa, Kak Fazry, Mas Rico, Sulthan yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama menjalankan penyusunan Tugas Akhir ini sampai selesai. Dan tidak lupa Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada Alm Papa Arie Mulyadi tercinta. Terima kasih untuk selalu memberikan doa-doa indah kepada penulis dan selalu mengingatkan penulis untuk berusaha keras dan untuk selalu ingat kepada Allah dan menjalankan kewajiban.

3. Bapak Aurino Rilman A. Djamaris Ir., MM

Penulis menyampaikan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada bapak Aurino selaku dosen pembimbing penulis selama menyusun Tugas Akhir ini. Terima kasih sudah memberikan masukan dan saran yang baik selama membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

4. Ibu Ananda Fortunisa, S. E, M.Si.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Ananda selaku dosen penguji satu selama menyusun Tugas Akhir ini. Terima kasih sudah memberikan masukan dan saran yang baik sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

5. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Holi selaku dosen penguji dua selama menyusun Tugas Akhir ini. Terima kasih sudah berkenan menguji serta memberikan masukan dan saran yang baik sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

6. Sahabat-sahabat

Terima kasih banyak kepada sahabat-sahabat terdekat penulis yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 12 Agustus 2021

Penulis,



Tania Agatha Mulyadi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Tania Agatha Mulyadi

NIM : 1171001072

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

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

**“PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELBRITY OWNER TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN
SCARLETT WHITENING HAND BODY LOTION”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan bebas royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/format kan, mengolah 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 : 18 Agustus 2021

Yang Menyatakan



Tania Agatha Mulyadi

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELEBRITY OWNER TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN SCARLETT WHITENING HAND
BODY LOTION)**

Tania Agatha Mulyadi¹

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *brand image* dan *celebrity owner* dari dimensi *celebrity endorser* yaitu TEARS atau *trustworthiness*, *expertise*, *attractiveness*, *respect*, dan *similarity* mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening *hand body lotion*. Pada penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu *brand image* (X1) dan *celebrity endorser* (X2) dan variabel terikat nya yaitu keputusan pembelian (Y). Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan menyebarkan kepada 140 responden dengan menggunakan kuesioner dan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi dari variabel *celebrity endorser* yaitu *similarity* berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Scarlett Whitening *hand body lotion*. Sedangkan pada variabel *brand image* tidak berpengaruh dikarenakan konsumen memutuskan membeli Scarlett Whitening *hand body lotion* tidak melihat pada *brand image* tetapi memang sudah memiliki kesamaan atau *similarity* pada *celebrity owner*. Serta pada dimensi *celebrity endorser* yaitu *trustworthiness*, *expertise*, *attractiveness*, dan *respect* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening *hand body lotion*.

Kata kunci: *Brand Image*, *Celebrity owner*, *Trustworthiness*, *Expertise*, *Attractiveness*, *Respect*, *Similarity*, Keputusan Pembelian

¹Mahasiswi Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND CELEBRITY OWNER ON
PURCHASING DECISIONS
(CASE STUDY ON CONSUMERS SCARLETT WHITENING HAND
BODY LOTION)**

Tania Agatha Mulyadi²

ABSTRAK

The purpose of this study was to determine whether the brand image and celebrity owner of the dimension, celebrity endorser namely TEARS or trustworthiness, expertise, attractiveness, respect, and similarity have a positive and significant influence on purchasing decisions Scarlett Whitening hand body lotion. In this study, the independent variable is brand image (X1) and celebrity endorser (X2) and the dependent variable is purchase decision (Y). The method in this study used a quantitative method with a descriptive approach and distributed to 140 respondents using a questionnaire and purposive sampling technique. The results of this study indicate that the dimensions of the variable, celebrity endorser namely similarity, have a positive or significant effect on consumer purchasing decisions for Scarlett Whitening hand body lotion. While the variable brand image has no effect because consumers decide to buy Scarlett Whitening hand body lotion, not seeing the brand image but already having similarities or similarity to the celebrity owner. The dimensions of celebrity endorser, namely trustworthiness, expertise, attractiveness, and respect have no effect on purchasing decisions for Scarlett Whitening hand body lotion.

Keyword: Brand Image, Celebrity owner, Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, Respect, Similarity, Purchase Decision

²Mahasiswa Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	2
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	3
HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING	4
KATA PENGANTAR.....	5
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	7
ABSTRAK	8
ABSTRAK	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	14
DAFTAR TABEL	15
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1.1 Faktor – Faktor Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.2 Proses Keputusan Pembelian	12

2.1.1.3 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2 <i>Brand Image</i>	15
2.1.2.1 Faktor-Faktor <i>Brand Image</i>	15
2.1.2.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	16
2.1.3 <i>Celebrity Endorser</i>	17
2.1.4 <i>Personal Branding</i>	19
2.1.4.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi <i>Personal Branding</i>	20
2.1.4.2 Hubungan <i>Personal Branding</i> Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Metode Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel	29
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1 Sumber Data	30
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	32
3.4.1 Variabel Penelitian.....	32
3.4.2 Operasional Variabel	32
3.5 Teknik Analisis Data	35
3.5.1 Uji Validitas.....	35
3.5.2 Uji Reliabilitas	36

3.6 Uji Hipotesis.....	36
3.6.1 Analisis Regresi Logistik.....	36
3.6.2 Model Regresi Logistik	38
3.6.3 Regresi Logistik Biner	38
3.6.4 Uji Ke signifikan Model	39
3.6.5 Uji W.....	40
3.6.6 Uji Kesesuaian Model.....	40
3.6.7 Interpretasi Koefisien Parameter	41
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Profil Perusahaan	43
4.2 Uji Instrumen.....	43
4.2.1 Uji Validitas	43
4.2.2 Uji Reliabilitas	45
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	46
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.4. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	48
4.4.1 Analisis Deskriptif Dimensi Brand Image (X1)	48
4.4.2 Analisis Deskriptif Dimensi Variabel Celebrity Endorser (X2)	49
4.4.3 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	52
4.5 Analisis Regresi Logistik Biner	52
4.5.1 Uji Kesesuaian Model.....	52
4.5.2 Uji Keseluruhan Parameter Pada Uji G	53

4.5.3 Klasifikasi Model.....	55
4.5.4 Analisis Korelasi.....	56
4.5.4 Interpretasi Hasil.....	57
4.6 Pembahasan	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.3 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	68
Lampiran	74
Lampiran 1	74
Lampiran 2	75
Lampiran 3	81
Lampiran 4	83
Lampiran 5	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Scarlett Whitening.....2
Gambar 2. Produk Scarlett Whitening Hand Body Lotion.....3
Gambar 3. Data Tinjauan Umum Teknologi Informasi di Indonesia.....6
Gambar 4. Instagram Felicya Angelista.....8
Gambar 5. Proses Keputusan Pembelian.....13
Gambar 6. Kerangka Pemikiran.....27

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 2. Skala Likert.....	32
Tabel 3. Indikator-Indikator Penelitian.....	33
Tabel 4. Uji Validitas.....	44
Tabel 5. Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 6. Karakteristik Jenis Kelamin.....	46
Tabel 7. Karakteristik Usia.....	47
Tabel 8. Karakteristik Pekerjaan.....	48
Tabel 9. Analisis Deskriptif Brand Image.....	48
Tabel 10. Analisis Deskriptif Celebrity Endorser.....	49
Tabel 11. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 12. Hosmer And Lemeshow Test.....	52
Tabel 13. Omnibus Test Model Of Model Coefficients.....	53
Tabel 14. Model Summary.....	54
Tabel 15. Variabel In The Equation.....	54
Tabel 16. Classification Tabel.....	55
Tabel 17. Analisis Korelasi.....	56