

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSER  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Pada Kosmetik Wardah di STIE Malangkucecwara)**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi persyaratan*

*Dalam Memperoleh Gelar*

*Sarjana Ekonomi*



Disusun oleh:

Nama : Melida

Nomor Pokok : K.2016.1.33698

Program Studi : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)**

**MALANGKUCECWARA**

**MALANG**

**2020**

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSER  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Pada Kosmetik Wardah di STIE Malangkucecwara)**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi persyaratan*

*Dalam Memperoleh Gelar*

*Sarjana Ekonomi*



Disusun oleh:

Nama : Melida

Nomor Pokok : K.2016.1.33698

Program Studi : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)**

**MALANGKUCECWARA**

**MALANG**

**2020**

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh :

MELIDA

K.2016.1.33698

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

04 September 2020 dan dinyatakan LULUS


Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

ttd

Dr. NUNUNG NURASTUTI UTAMI, SE, M.Si.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkepuwara

  
Dr. BUNYAMIR, M.M., Ph.D.  
NIK 202.710.182

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 17 Agustus 2020



NPK: k. 2016.1.33698

# LEMBAR BUKTI PENELITIAN

Pertemuan Pengajar Pendidikan Malangkuçewara (P3 M)

 **STIE MALANGKUÇEWARA**  
an ABM School of Economics

  Sebelum 14 Agustus 2020: STIE MALANGKUÇEWARA  
Sebelum 14 Agustus 2020: STIE MALANGKUÇEWARA

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor: 0577.4/BAAK/VIII/2020

Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçewara Malang menerangkan bahwa:

Nama : Melida  
NPK : K.2016.1.33698  
Jurusan : Manajemen  
Alamat : Desa Selante. Kec. Plampang, Kab. Sumbawa, NTB

Adalah mahasiswa STIE Malangkuçewara yang telah mengadakan riset dengan data diambil dari mahasiswa STIE Malangkuçewara angkatan 2016, untuk menyelesaikan tugas akhir dengan judul:

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 13 Agustus 2020  
Ketua Program Studi Manajemen

  
Dr. Lidananty, M.M.  
NPK. 202.710.194



Jalan Terusan Candi Kleresan  
Malang - Indonesia 65142      Telp. 02 341 49183 (Hunting)  
Fax 02 341 49144      Wp.://www.stie-mk.ac.id  
e-mail: stie@stie-mk.ac.id

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yang terhormat Bapak Drs. Bunyamin, MM, Ph.D selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara, Malang.
2. Yang terhormat Ibu Dra. Lindananty, M.M., selaku ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkucecwara.
3. Yang terhormat Ibu Dr. Nunung Nurastuti Utami, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah sabar dan selalu meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan dan dukungan selama menyusun skripsi.
4. Yang terhormat Ibu Ir. Dwi Nita Aryani, MM, Ph.D. selaku dosen wali yang selalu memberikan perhatian dan motivasi selama perkuliahan
5. Untuk Ibu dan Bapak yang telah menjadi orang tua terhebat, yang selalu memberikan dukungan, perhatian, cinta, nasehat, dan kasih sayang serta selalu mendo'akan yang tentu tidak bisa penulis balas.
6. Untuk Ardian Triyatma P. yang selalu memberikan semangat, meluangkan waktu, perhatian, dan do'a selama perkuliahan dan selama mengerjakan skripsi.
7. Untuk teman-teman, grup Ciwi-cowo, grup Rame-rame, Diah, Recky, dan teman-teman lain yang tidak disebutkan satu-satu, terima kasih untuk dukungan dan perhatian kalian selama perkuliahan dan selama mengerjakan skripsi.

Malang, 16 Agustus 2020

Penulis,

Melida

## **ABSTRACT**

*This study aims to figure out, analyse, and examine the brand image and Celebrity endorser influence the purchase decision through buying interest as intervening variable. This study used kuantitatif research method. The research Population data involved in the study taken couple STEI Malangkececwara Coeds class of 2016. The sampel data is 77 person. Data retrieval method employed the survey with questionnaires, and data analysis technique used SPSS 16.0 with description analysis method. Based on result of analysis and data description, conclusion of the study indicate that 1). The Brand Image dan celebrity endorser influenced the purchase decision through buying interest positively. 2.) The Brand Image dan celebrity endorser not giving purchase decision indirectly. The final conclusion are every variable in this study didn't giving direct and positive influence to other variable.*

*Keyword: Brand Image dan celebrity endorser, buying interest (Variabel Intervening), purchase decision, Wardah beauty Cosmetic*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan menguji pengaruh pengaruh brand image dan *Celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi STEI Malangkececwara Malang angkatan 2016. Sampel berjumlah 77 orang. Metode pengambilan data dilakukan dengan survey menggunakan kuesioner dan teknik analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan analisis menggunakan aplikasi SPSS 16.0. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa 1). *Brand Image dan celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variable intervening 2). Brand Image dan celebrity endorse tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan dari penelitian ini adalah tidak semua variabel dalam penelitian berpengaruh langsung dan positif terhadap variabel lainnya.

Kata Kunci: *Brand Image dan celebrity endorser*, Minat Beli (Variabel Intervening), Keputusan Pembelian, Kosmetik Kecantikan Wardah



## DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
LEMBAR BUKTI PENELITIAN .....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Tinjauan Teori.....	6
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	20
2.3 Model Konseptuan Penelitian .....	21
BAB III METODE PENELITIAN .....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel .....	26
3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran .....	27
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	30

3.5	Prosedur Analisis .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>38</b>
4.1	Profil Sejarah Perusahaan PT. Paragon Technology and Innovation .....	38
4.2	Hasil Penelitian .....	45
4.3	Tahap uji hipotesis dan pembuat kesimpulan .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>71</b>
5.1	Kesimpulan .....	71
5.2	Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>75</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Grafik Kerangka Berpikir .....	24
Gambar 4. 1 Iklan Kegiatan Wardah Kosmetik dan Iklan Tutorial Makeup.....	43
Gambar 4. 2 Iklan Wardah Shampoo Hair Fit Challenge dan Iklan TV Comercial Wardah ..	44
Gambar 4. 3 Hasil Uji Histogram .....	52
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normal Probability Plot.....	52
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55
Gambar 4. 6 Model Analisis Jalur .....	66

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu .....	20
Tabel 4. 1 Deskripsi Variabel Brand Image .....	37
Tabel 4. 2 Multikolonieritas.....	54
Tabel 4. 3 Uji t test 1 (Uji Secara Individu).....	57
Tabel 4. 4 Uji ttest 2 (Uji tes secara individu) .....	58
Tabel 4. 5 Hasil Uji Ftest (Uji Secara Serempak) ANOVA .....	59
Tabel 4. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2) .....	60
Tabel 4. 7 Persamaan Regresi Pertama.....	61
Tabel 4. 8 Jalur Model 1 .....	62
Tabel 4. 9 Persamaan Regresi Kedua .....	64
Tabel 4. 10 Model Jalur 2 .....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Bimbingan .....	75
Lampiran 2 Deskripsi Aspek-Aspek Kuesiner .....	76
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas .....	80
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	81