

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA SHAMPOO PANTENE DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh

Nabil Amar

180910192

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA SHAMPOO PANTENE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**



Oleh:

Nabil Amar

180910192

**Program Studi Manajemen
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Putera Batam**

2023

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Nabil Amar
NPM : 180910192
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHAMPOO PANTENE DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 16 Januari 2023



Nabil Amar
180910192

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA SHAMPOO PANTENE
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

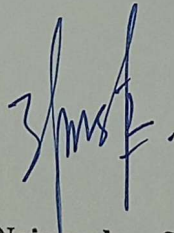
Oleh

Nabil Amar

180910192

**Telah disetujui oleh dosen pembimbing
pada tanggal seperti tertera dibawah ini**

Batam, 16 Januari 2023



Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh dari *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada Shampoo Pantene di Kota Batam. Teknik kuantitatif merupakan teknik yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini memiliki jumlah populasi yang tidak diketahui. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan alat bantu kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Terdapat beberapa uji analisis data dalam penelitian ini, meliputi uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, variabel *celebrity endorser* (X_1) memiliki pengaruh sebesar 0,353 atau 35,3% terhadap variabel keputusan pembelian (Y), *brand image* (X_2) memiliki pengaruh sebesar 0,285 atau 28,5 % terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Variabel *celebrity endorser* dan *brand image* memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 0,695 atau 69,5% sesuai dengan nilai koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kedua variabel, yaitu variabel *celebrity endorser* (X_1) dan variabel *brand image* (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) pada Shampoo Pantene di Kota Batam.

Kata Kunci : *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine whether or not the celebrity endorser and brand image have an effect on purchasing decisions on Shampoo Pantene in Batam City. Quantitative technique is the technique that used in this research. This research has unknown population. The sample used in this research amounted to 100 respondents using a questionnaire as a data collection technique. Data analysis techniques in this research include descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis tes. Bases on the results of the analysis in this research with multiple regression analysis, the celebrity endorser variable (X_1) has an effect of 0,353 or 35,3% on purchasing decision variable (Y), brand image variable (X_2) has an effect of 0,285 or 28,5% on purchase decision variable (Y). Celebrity endorser variable and brand image variable have an effect of 0,695 or 69,5% on purchase decision variable, according to the value of the coefficient of determination (R^2). Based on the results of hypothesis test, it shows that there is a positive and significant influence of celebrity endorser variable and brand image variable on purchasing decision variable at Shampoo Pantene in Batam City.

Keynote : Celebrity Endorser, Brand Image, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah, sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi manajemen Universitas putera Batam.

Penulis menyadari laporan akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa laporan tugas akhir ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyapaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Bapak Heryensuz, S.Kom., M.Si selaku pembimbing Akademik pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah membimbing serta memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
7. Farhana zia selaku istri saya yang membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman seperjuangan terutama mahasiswa pada Universitas Putera Batam yang telah ingin bekerja sama bersama penulis serta bantuan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.
9. Para responden yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan kepada penulis.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Batam, 16 Januari 2023

Nabil Amar
180910192



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	I
ABSTRAK.....	II
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....	8
1.3 BATASAN MASALAH	8
1.4 RUMUSAN MASALAH.....	9
1.5 TUJUAN PENELITIAN.....	9
1.6 MANFAAT PENELITIAN.....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 KAJIAN TEORI.....	11
2.1.1 <i>Celebrity Endorser</i>	11
2.1.2 <i>Brand Image</i>	13
2.1.3 Keputusan Pembelian	15
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	17
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN.....	21
2.4 HIPOTESIS PENELITIAN.....	23
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 JENIS PENELITIAN.....	24
3.2 SIFAT PENELITIAN	24
3.3 LOKASI DAN PERIODE PENELITIAN.....	24
3.4 POPULASI DAN SAMPEL.....	25
3.5 SUMBER DATA	27
3.6 METODE PENGUMPULAN DATA	27
3.7 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	28
3.8 METODE ANALISIS DATA	28
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	34
4.2 DESKRIPSI KARAKTERISTIK RESPONDEN	36
4.3 DESKRIPSI VARIABEL PENELITIAN.....	37
4.4 HASIL PENELITIAN	42
4.5 PEMBAHASAN.....	51
4.4 IMPLIKASI HASIL PENELITIAN	56
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 KESIMPULAN.....	58
5.2 SARAN	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top 10 Brand Shampoo Di Shopee 2021	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	23

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Followers Di Instagram Dari Celebrity Endorser	4
Tabel 1.2 Perbedaan Produk Shampo Pantene Dan L'oreal.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	26
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 4.2 Usia Responden	38
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	38
Tabel 4.4 Jumlah Pembelian Responden	39
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X1)	40
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	42
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y)	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.10 One Sample Kolmogorov Smirnov Test.....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.13 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	51
Tabel 4.15 Hasil Uji t	51
Tabel 4.16 Hasil Uji F	53

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Lemeshow.....	27
Rumus 3.2 Rumus Analisis Regresi Linier Berganda.....	33