

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA  
MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LEAFHEA*  
*SKINCARE* DI BATU AJI**

**SKRIPSI**



**Oleh  
Syanti Friska Dewi  
200910111**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2025**

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA  
MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LEAFHEA*  
*SKINCARE* DI BATU AJI**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh  
Syanti Friska Dewi  
200910111**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2025**

## **SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Syanti Friska Dewi  
NPM : 200910111  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul:

**“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LEAFHEA SKINCARE* DI BATU AJI”**

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 di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar 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, 12 February 2025**

  
**Syanti Friska Dewi**  
**200910111**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK *LEAFHEA SKINCARE* DI BATU AJI**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar sarjana**

**Oleh :  
Syanti Friska Dewi  
200910111**

**Telah disetujui oleh Pembimbing  
pada tanggal Seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 12 February 2025**

A handwritten signature in dark ink, appearing to be 'Tiurniari Purba', written over a horizontal line.

**Tiurniari Purba, S.E., M.M.  
Pembimbing**



**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

*Leafhea Skincare* adalah sebuah perusahaan yang berfokus pada produk perawatan kulit, berusaha untuk bersaing di pasar yang kompetitif ini. Berdiri sejak Oktober tahun 2020, *Leafhea Skincare* telah memperkenalkan berbagai produk perawatan kulit yang diformulasikan dengan bahan-bahan alami. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser*, citra merek, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk *Leafhea skincare* di Batu Aji. Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan teknik survei melalui Google form yang disebarkan kepada konsumen dengan sampel dalam penelitian ini sebanyak 204 responden. Analisis data menggunakan teknik regresi linear berganda untuk mengukur sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen menggunakan SPSS. Hasil penelitian menyatakan bahwa *celebrity endorser*, citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian *Leafhea Skincare* di Batu Aji memegang pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Leafhea Skincare* di Batu Aji.

**Kata kunci:** *Celebrity endorser*, Citra merek, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Leafhea Skincare is a company that focuses on skincare products, striving to compete in this competitive market. Established since October 2020, Leafhea Skincare has introduced various skincare products formulated with natural ingredients. This study was conducted to determine the effect of celebrity endorsers, brand image, and trust on purchasing decisions for Leafhea skincare products in Batu Aji. The data in this study were collected using survey techniques through Google forms distributed to consumers with a sample in this study of 204 respondents. Data analysis using multiple linear regression techniques to measure the extent to which the independent variable affects the dependent variable using SPSS. The results of the study state that celebrity endorsers, brand image and trust in purchasing decisions for Leafhea Skincare in Batu Aji hold a significant influence on purchasing decisions for Leafhea Skincare in Batu Aji.*

**Keywords:** *Celebrity Endorser, Brand Image, Trust, Purchasing Decisions*

## KATA PENGANTAR

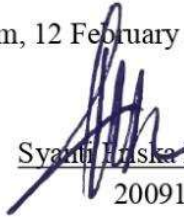
Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan KaruniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih 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. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang selalu memberikan arahan dan masukan serta tidak pernah lelah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini;
5. Bapak Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu selama penulis kuliah di Universitas Putera Batam Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
7. Terima kasih untuk kedua Orang Tua saya tercinta Bapak Syamsuddin dan Ibu Syaidah Dewi (Almh);
8. Abang, adik dan keluarga saya yang selalu mendukung dan senantiasa menemani dalam menyusun skripsi;
9. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah berjuang sejauh ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat karuna Nya, Amin.

Batam, 12 February 2025

  
Syanti Huska Dewi  
200910111



## DAFTAR ISI

|                                                                     |             |
|---------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL.....</b>                                          | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN JUDUL.....</b>                                           | <b>ii</b>   |
| <b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>                          | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>                                      | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                                 | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                                | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                          | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                              | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                           | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                            | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR RUMUS.....</b>                                            | <b>xii</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                       | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                             | 1           |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....                                       | 14          |
| 1.3 Batasan Masalah.....                                            | 15          |
| 1.4 Rumusan Masalah.....                                            | 15          |
| 1.5 Tujuan Penelitian.....                                          | 16          |
| 1.6 Manfaat Penelitian.....                                         | 16          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                 | <b>18</b>   |
| 2.1 Teori tentang <i>Celebrity Endorser</i> .....                   | 18          |
| 2.2 Teori tentang Citra Merek.....                                  | 21          |
| 2.3 Teori tentang Kepercayaan Konsumen.....                         | 25          |
| 2.4 Keputusan Pembelian.....                                        | 27          |
| 2.5 Penelitian Terdahulu.....                                       | 30          |
| 2.6 Kerangka Pemikiran.....                                         | 35          |
| 2.6.1 Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian..... | 35          |
| 2.6.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....        | 36          |
| 2.6.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....        | 36          |
| 2.7 Hipotesis Penelitian.....                                       | 38          |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                           | <b>40</b>   |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                                           | 40          |
| 3.2 Sifat Penelitian.....                                           | 41          |
| 3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....                              | 41          |
| 3.4 Populasi dan Sampel.....                                        | 42          |
| 3.5 Sumber Data.....                                                | 44          |
| 3.6 Metode Pengumpulan Data.....                                    | 45          |
| 3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....                   | 46          |
| 3.8 Metode Analisis Data.....                                       | 49          |
| 3.9 Uji Hipotesis.....                                              | 54          |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                  | <b>56</b>   |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....                             | 56          |
| 4.2 Karakteristik Responden.....                                    | 57          |

|                                                                                                                                                     |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                                                                        | 57         |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                                                                                                 | 57         |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                                                                                            | 58         |
| 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penbisaan.....                                                                                            | 58         |
| 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....                                                                                     | 59         |
| 4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....                                                                                                                | 59         |
| 4.3.1 Variabel Celebrity Endorser (X1) .....                                                                                                        | 60         |
| 4.3.2 Variabel Citra Merek(X2) .....                                                                                                                | 61         |
| 4.3.3 Variabel Kepercayaan (X3) .....                                                                                                               | 62         |
| 4.3.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....                                                                                                        | 63         |
| 4.4 Analisis data.....                                                                                                                              | 64         |
| 4.4.1 Uji Kualitas Data.....                                                                                                                        | 64         |
| 4.4.1.1 Uji validitas.....                                                                                                                          | 64         |
| 4.4.1.2 Uji Reabilitas.....                                                                                                                         | 65         |
| 4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....                                                                                                                        | 66         |
| 4.4.2.1 Uji Normalitas.....                                                                                                                         | 66         |
| 4.4.2.2 Uji Multikolinearitas.....                                                                                                                  | 67         |
| 4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....                                                                                                                | 68         |
| 4.4.3 Uji Pengaruh.....                                                                                                                             | 69         |
| 4.4.3.1 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....                                                                                                   | 70         |
| 4.4.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....                                                                                           | 71         |
| 4.5 Pengujian Hipotesis.....                                                                                                                        | 72         |
| 4.5.1 Uji T.....                                                                                                                                    | 72         |
| 4.5.2 Uji F.....                                                                                                                                    | 73         |
| 4.6 Pembahasan.....                                                                                                                                 | 74         |
| 4.6.1 Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Leafhea Skincare di Batu Aji.....                                             | 74         |
| 4.6.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Leafhea Skincare di Batu Aji.....                                                    | 75         |
| 4.6.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Leafhea Skincare di Batu Aji.....                                                    | 76         |
| 4.6.4 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> , Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Leafhea Skincare</i> Di Batu Aji..... | 76         |
| 4.7 Implikasi hasil penelitian.....                                                                                                                 | 77         |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                                                                                | <b>78</b>  |
| 5.1 Simpulan.....                                                                                                                                   | 78         |
| 5.2 Saran.....                                                                                                                                      | 79         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                                                                                                                               | <b>80</b>  |
| <b>LAMPIRAN</b>                                                                                                                                     | <b>83</b>  |
| <b>LAMPIRAN 1 – PENDUKUNG PENELITIAN</b>                                                                                                            | <b>84</b>  |
| <b>LAMPIRAN 2 – DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>                                                                                                            | <b>154</b> |
| <b>LAMPIRAN 3 – SURAT KETERANGAN PENELITIAN</b>                                                                                                     | <b>155</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 1.1</b> <i>Celebrity endorser</i> produk <i>Leafhea</i> ..... | 5  |
| <b>Gambar 1.2</b> Produk <i>Leafhea</i> .....                           | 6  |
| <b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran.....                               | 38 |
| <b>Gambar 4.1</b> Hasil Uji Normalitas Histogram.....                   | 66 |
| <b>Gambar 4.2</b> Hasil Uji Normalitas Data Diagram.....                | 67 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabel 1.1</b> Data <i>Mini Survey</i> Citra Merek <i>Leafhea skincare</i> 2024.....         | 7  |
| <b>Tabel 1.2</b> jenis-jenis produk Leafhea.....                                               | 9  |
| <b>Tabel 1.3</b> Data <i>Mini Survey</i> Kepercayaan <i>Leafhea skincare</i> 2024.....         | 10 |
| <b>Tabel 1.4</b> Data <i>Mini Survey</i> Keputusan Pembelian <i>Leafhea skincare</i> 2024..... | 13 |
| <b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....                                                     | 31 |
| <b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian.....                                                        | 42 |
| <b>Tabel 3.2</b> Instrument skala likert untuk variabel.....                                   | 45 |
| <b>Tabel 3.3</b> Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....                                 | 47 |
| <b>Tabel 3.4</b> Rentang skala.....                                                            | 50 |
| <b>Tabel 4.1</b> Jenis Kelamin.....                                                            | 57 |
| <b>Tabel 4.2</b> Usia Responden.....                                                           | 57 |
| <b>Tabel 4.3</b> Pekerjaan.....                                                                | 58 |
| <b>Tabel 4.4</b> Responden Berdasarkan Pendapatan.....                                         | 58 |
| <b>Tabel 4.5</b> Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....                                   | 59 |
| <b>Tabel 4.6</b> Rentang Skala.....                                                            | 59 |
| <b>Tabel 4.7</b> Hasil Analisis Deskripsi <i>Celebrity Endorser</i> (X1).....                  | 60 |
| <b>Tabel 4.8</b> Hasil Analisis Deskripsi Variabel Citra Merek (X2).....                       | 61 |
| <b>Tabel 4.9</b> Hasil Analisis Deskripsi Kepercayaan(X3).....                                 | 62 |
| <b>Tabel 4.10</b> Hasil Analisis Deskripsi Keputusan Pembelian (Y).....                        | 63 |
| <b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Validitas.....                                                     | 64 |
| <b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Reliabilitas.....                                                  | 65 |
| <b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....                            | 67 |
| <b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....                                             | 68 |
| <b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas.....                                           | 69 |
| <b>Tabel 4.16</b> Analisis Regresi Linear Berganda.....                                        | 70 |
| <b>Tabel 4.17</b> Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....                             | 71 |
| <b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji T.....                                                             | 72 |
| <b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji F.....                                                             | 73 |

## DAFTAR RUMUS

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| <b>Rumus 3.1</b> Rentang Skala.....                   | 49 |
| <b>Rumus 3.2</b> Uji Validitas.....                   | 51 |
| <b>Rumus 3.3</b> Regresi Linier Berganda.....         | 53 |
| <b>Rumus 3.4</b> Uji Koefisien ( $R^2$ Adjusted)..... | 54 |
| <b>Rumus 3.5</b> Uji Koefisien Determinasi.....       | 55 |