

**ANALISIS PENGARUH IKLAN TELEVISI, *CELEBRITY ENDORSER*
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK
BERLABEL HALAL “WARDAH”
(Studi Pada Mahasiswi Yogyakarta)**

**ANALYZING THE EFFECT OF TELEVISION ADVERTISEMENT, CELEBRITY
ENDORSER, PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE TOWARD
BUYERS PURCHASED DECISION ON HALAL LABELED
COSMETICS PRODUCTS “WARDAH”
(Study On Yogyakarta Student)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

FENDY SETIADY

20130410270

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

PERNYATAAN

Nama : Fendy Setiady

Nim : 20130410270

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “ANALISIS PENGARUH IKLAN TELEVISI, CELEBRITY ENDORSER, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK BERLABEL “HALAL” (Studi Pada Mahasiswi Yogyakarta)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan disuatu tempat dalam memperoleh gelar disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka, apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, Agustus 2017

Fendy Setiady

MOTTO

Do not put off doing a job because nobody knows whether
we can meet tomorrow or not

“ jangan menunda-nunda untuk melakukan suatu pekerjaan karena tidak ada yang
tahu apakah kita dapat bertemu hari esok atau tidak “

PERSEMBAHAN

Yang pertama dari segalanya ialah sembah sujud syukur kepada ALLAH SWT, atas karunia, rahmat, dan hidayahnya yang selalu diberikan kepada saya sehingga skripsi ini bisa dapat terselesaikan dengan lancar. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kehadiran Rosulullah Muhammad SAW.

Skripsi ini kupersembahkan kepada mereka yang tercinta dan terkasih yang selalu ada untukku dalam berbagai rentang waktu.

1. Ayahanda dan Ibunda

Sebagai tanda dan cinta bakti, hormat dan kasih sayang kepadamu ayah Hockung dan Ibu Yantie ,ayah kedua Budi dan Ibu Neneng kedua skripsi ini kuselesaikan serta kupersembahkan. Andai ada kata lebih dari terimah kasih, maka itulah kata yang tepat kuucap untuk Ayah, Ibu. Termiah kasih untuk segala perhatian, dukungan, didikan dan kasih sayang yang tiada tandingannya

2. Keluarga

Berbagai terimah kasih kukatakan dan kupersembahkan karya sederhana ini kepada keluargaku, Keponakan, Om, Tante, dan Nenek.

3. Saudara

Terimah kasih kuucapkan kepada kakak tercinta'ku Erlina dan Evi Citra Dewi karena kalian selaluu mendukung dan menasehati saya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

4. Bapak Asnawi Adinardju, Drs, M.Si dan seluruh Staff Akademik

Terimah kasih telah membimbing, menasehati, serta mendukung dengan sabar hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Sahabat

Dari segala teman, akan aku ucapkan terimah kasih terlebih dahulu untuk kalian. Izi, Defri, Dedy, Rudi, Dely, Mansur, Bely, Wira, Bowo, Ryan, Yeriyan, Delpi, Bobby, Indah, Dhea, Earli, Apet, Icah, dll yang selama ini sudah membantu dan selalu mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, rahmat dan karunianya dalam penulisan skripsi yang berjudul “ Analisis Pengaruh Iklan Televisi, Celebrity Endorser, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Berlabel “HALAL”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimah kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Dr. Rizal Yaya, SE., M.Se. AK., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Asnawi Adinardju, Drs, M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah dengan penuh kesabaran dalam memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Tim penguji yang telah menyediakan waktu untuk menguji dan memberikan masukan untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya dosen Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama di bangku perkuliahan.
5. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi atas bantuannya selama ini.
6. Ayah dan Ibu dan Keluarga yang senantiasa memberikan dukungan dan perhatian kepada penulis.
7. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir ini,

Sebagai akhir kata, kebenaran selalu milik Allah SWT sementara kesalahan selalu dari hambaNya, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dan pengembangan penelitiannya selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalam karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 1 Agustus 2017

Fendy Setiady

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Pengertian Pemasaran.....	9
B. Bauran Pemasaran	9
C. Iklan Televisi	11
1. Pengertian iklan	11
2. Tujuan Periklanan.....	12
3. Kelebihan dan Kelemahan Televisi Sebagai Media Periklanan	13
D. Bintang Iklan (<i>Celebrity Endorser</i>).....	16
1. Pengertian Bintang Iklan (<i>Celebrity Endorser</i>).....	16
E. Kualitas Produk	17
1. Pengertian Produk.....	17

2. Lima Tingkatan Produk	18
3. Pengertian Kualitas Produk	19
F. Citra Merek.....	20
1. Pengertian Citra	20
2. Pengertian Merek.....	20
3. Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	21
4. Pengukuran Citra Merek.....	22
G. Keputusan Pembelian	23
1. Pengertian Keputusan Pembelian	23
2. Model yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	24
3. Proses Keputusan Pembelian.....	26
4. Label halal.....	27
H. Peneliti terdahulu.....	28
I. Kerangka Pemikiran	30
J. Hipotesis Penelitian	31
K. Model Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Objek/Subjek Penelitian	34
B. Lokasi Penelitian	34
C. Jenis Data.....	34
1. Data Primer (<i>Primary data</i>).....	34
2. Data Sekunder (<i>Secondary Data</i>)	35
D. Teknik Pengambilan Sampel	35
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian	36
G. Uji Kualitas Instrumen dan Data	39
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	39
2. Uji Asumsi Klasik.....	40
3. Analisis Linier Berganda	41
4. Koefisien Korelasi (R)	42
5. Koefisien Determinasi.....	42

6. Uji Hipotesis	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Pengujian Instrumen	45
B. Analisis Diskriptif Statistik.....	48
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	48
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	49
C. Analisis Asumsi Klasik.....	49
1. Uji Normalitas.....	49
2. Uji Heteroskedastisitas	50
3. Uji Multikolinearitas.....	51
D. Analisis Regresi Berganda.....	52
1. Uji Regresi Simultan (uji F).....	53
2. Uji Regresi Parsial (uji t)	53
E. Pembahasan	55
1. Pengaruh Iklan TV Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
2. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
5. Koefisien Determinasi ($adj. R^2$).....	60
6. Variabel Paling Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Interpretasi Koefesien Korelasi	42
Tabel 4.1. Uji Validitas	46
Tabel 4.2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3. Distribusi Responden Berdasarkan Uang Saku.....	48
Tabel 4.4. Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	49
Tabel 4.5. Uji Multikolineartias	52
Tabel 4.6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Uji Normalitas	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2. Tabulasi Data	72
Lampiran 3. Analisis Data	76