

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI
(Studi pada Pengguna *Shampoo Pantene* di UMY)**

***THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER, PRODUCT QUALITY ON
PURCHASE DECISIONS MEDIATED BY BRAND IMAGES
(Study on consumer of Pantene Shampoo at UMY)***

SKRIPSI

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

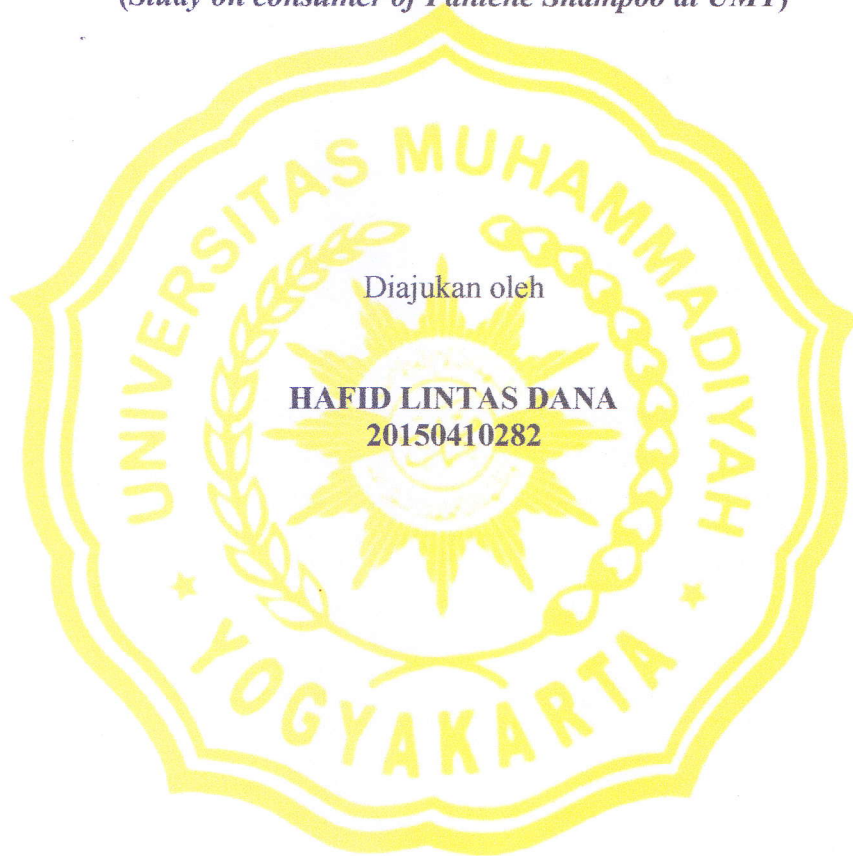


Oleh
HAFID LINTAS DANA
20150410282

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019
SKRIPSI**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI
(Studi pada Pengguna *Shampoo* Pantene di UMY)**

***THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSER, PRODUCT QUALITY ON
PURCHASE DECISIONS MEDIATED BY BRAND IMAGES
(Study on consumer of Pantene Shampoo at UMY)***



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si.
NIK 19690816199303 143 029

Tanggal 13 September 2019

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Hafid Lintas Dana

Nomor mahasiswa : 20150410282

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “**PENGARUH CELEBRITY ENDORSEER, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI (Studi pada Pengguna Shampoo Pantene di UMY)**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu 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 saya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 13 September 2019



Hafid Lintas Dana

MOTTO

Terus belajar sampai mendapatkan kebenaran dalam kedamaian.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk.....

Untuk Ibu dan Ayah tercinta

Saudara-saudara saya tercinta

Almamaterku tercinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEER*, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI (Studi pada Pengguna *Shampoo Pantene di UMY*)”** dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang ada dalam penulisan ini. Oleh karena itu penulis berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu menutupi kekurangan tersebut. Penulis secara khusus mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Indah Fatmawati, M.Si. yang senantiasa membimbing, memberikan masukan, serta memotivasi penulis selama penyusunan. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Rizal Yaya S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati Purnama Asri, M.Si., Ph.D. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing skripsi ini.

4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta di Bantul.
5. Kedua orang tua dan keluarga besar terima kasih banyak atas segala perhatian, kesabaran, dan kasih sayangnya.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tanpa dukungan dari berbagai pihak diatas, maka penulis tidak akan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih. Semoga amal ibadah dan kebaikan yang diberikan mendapatkan imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Aamiin.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 19 Agustus 2019

Penulis

Hafid Lintas Dana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENURUNAN HIPOTESIS	12
A. Landasan Teori	12
B. Penemuan Riset Terdahulu	22
C. Hubungan Antar Variabel dan Penurunan Hipotesis.....	29
D. Model Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan Desain Riset	35
B. Responden dan Setting Penelitian	35
C. Metode Penyampelan	36
D. Metode Pengumpulan Data	36
E. Definisi Operasional	37
F. Uji Kualitas Instrumen	41
G. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	48
B. Uji Kualitas Instrumen	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	57
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	59
D. Uji Hipotesis	67
E. Pembahasan	71
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	76
A. Simpulan	76
B. Keterbatasan Penelitian	76
C. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
DAFTAR LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Brand Advocacy Ratio (BAR) Property and Retail 2018</i>	3
Tabel 1.2 <i>Top Brand Shampoo Tahun 2015-2017</i>	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	49
Tabel 4.2 Hasil CFA Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	53
Tabel 4.3 Hasil CFA Variabel <i>Celebrity Endorser</i> Setelah Dieliminasi.....	54
Tabel 4.4 Hasil CFA Variabel Kualitas Produk	55
Tabel 4.5 Hasil CFA Variabel Citra Merek	55
Tabel 4.6 Hasil CFA Variabel Citra Merek Setelah Dieliminasi	56
Tabel 4.7 Hasil CFA Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.9 Perhitungan <i>Degrees of Freedom</i>	63
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Outlier</i>	64
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Outlier</i> Setelah Eliminasi	65
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	66
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Pengaruh Hubungan Langsung Setiap Variabel.....	67
Tabel 4.14 Hasil <i>Output Standardized Direct Effects</i>	69
Tabel 4.15 Hasil <i>Output Standardized Indirect Effect</i>	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Penjualan Emiten Ritel Indonesia 2013-2017	2
Gambar 1.2 <i>Brand Advocacy Ratio (BAR) Property and Retail 2018</i>	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	34
Gambar 4.1 Diagram Jalur	60
Gambar 4.2 Permodelan <i>Structural Equation Modelling</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas.....	87
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas	89
Lampiran 4. Model Input Amos	91
Lampiran 5. Perhitungan <i>Degrees of Freedom</i>	91
Lampiran 6. Hasil Uji <i>Outlier</i>	92
Lampiran 7. <i>Output</i> Model SEM	97
Lampiran 8. Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	98
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis	100