



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, KUALITAS  
PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *BIARNYAMAN***

**SKRIPSI**

**MOH. FADLULRAHMAN SALSABILLAH 1710111124**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA**

**2021**



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, KUALITAS  
PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *BIARNYAMAN***

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**MOH. FADLULRAHMAN SALSABILLAH 1710111124**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA**

**2021**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Moh. Fadlurahman Salsabillah  
NIM : 1710111124

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 8 Juli 2021

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a red meter stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and 'A78AJX322400097'.

METERAI  
TEMPEL  
A78AJX322400097

Moh. Fadlurahman Salsabillah

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moh. Fadlulrahman Salsabillah  
NIM : 1710111124  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan  
Pembelian Produk *Biarnyaman***

Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 8 Juli 2021

Yang menyatakan,


Moh. Fadlulrahman Salsabillah

# SKRIPSI

## PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *BIARNYAMAN*

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**MOH. FADLULRAHMAN SALSABILLAH 1710111124**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 8 Juli 2021  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dr. Alfatih Sikki Mangabarani, M.Si.  
**Ketua Penguji**



Dra. Bernadin Dwi Mardiatmi, M. M.  
**Penguji I**



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S. E., Ak., M. Ak., CA., CSRS  
**Dekan**



Drs. Nobelson Syarief, M. M.  
**Penguji II (Pembimbing)**



Wahyudi, S.E., M. M.  
**Ketua Program Studi**

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 8 Juli 2021

# ***THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSEMENT, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON BIARNYAMAN'S PRODUCTS PURCHASE DECISIONS***

By: Moh. Fadlurahman Salsabillah

## ***Abstract***

*The Covid-19 pandemic has impacts on the economic activities of the world community, including Indonesia. One of the impacts is an increase in online transactions, even an increase in the online business itself, many Micro, Small, and Medium Enterprises or MSMEs are growing during this pandemic. Even so, not all online businesses can immediately take advantage of the potential that exists. This quantitative study aims to determine the influence of each celebrity endorsement, product quality, and price on the purchasing decision of Biarnyaman products. Consumers who have purchased and used Biarnyaman's products are the population of this study. Non-probability sampling technique with a purposive sampling type is used in this study as a data collection method. Data were collected by distributing questionnaires to 75 respondents. Meanwhile, the analytical technique used is PLS statistical analysis using the SmartPLS 3.0 test tool. From this study it was found that (1) celebrity endorsement has a positive and significant influence on the purchasing decision of Biarnyaman products with a coefficient of influence of 0.274; (2) the quality of the product has a positive and significant influence on the purchasing decisions of Biarnyaman products with a coefficient of influence of 0.451; (3) the price has a positive and significant influence on the purchasing decision of Biarnyaman products with a coefficient of influence of 0.224. Meanwhile, the adjusted R Square value obtained is 0.799 or 79.9% which is the contribution of celebrity endorsement, product quality, and price together, while 20.1% is caused by other factors outside this research model.*

***Keywords:*** Purchase Decisions, Celebrity Endorsement, Product Quality, Price

# **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *BIARNYAMAN***

Oleh: Moh. Fadlulrahman Salsabillah

## **Abstrak**

Pandemi Covid-19 berdampak pada kegiatan ekonomi masyarakat dunia, termasuk Indonesia. Salah satu dampaknya adalah peningkatan transaksi *online*, bahkan peningkatan terjadi bisnis *online* itu sendiri, banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM yang tumbuh pada masa pandemi ini. Meskipun begitu, tidak semua bisnis *online* dapat langsung sukses memanfaatkan potensi yang ada. Penelitian kuantitatif ini memiliki tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh masing-masing dari *celebrity endorsement*, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk *Biarnyaman*. Konsumen yang sudah pernah membeli dan menggunakan produk *Biarnyaman* merupakan populasi penelitian ini. Teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini sebagai metode pengumpulan data. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 75 responden. Adapun, teknik analisis yang digunakan adalah analisis statistik PLS dengan menggunakan alat uji *SmartPLS 3.0*. Dari penelitian ini didapatkan bahwa (1) *celebrity endorsement* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Biarnyaman* dengan nilai koefisien pengaruh sebesar 0.274; (2) kualitas produk memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Biarnyaman* dengan nilai koefisien pengaruh sebesar 0.451; (3) harga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Biarnyaman* dengan nilai koefisien pengaruh sebesar 0.224. Adapun, nilai *adjusted R Square* yang didapatkan adalah sebesar 0.799 atau 79.9% yang merupakan kontribusi dari *celebrity endorsement*, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama, sedangkan 20.1% disebabkan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

**Kata kunci:** Keputusan Pembelian, *Celebrity Endorsement*, Kualitas Produk, Harga



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
laman : [www.feb.upnvj.ac.id](http://www.feb.upnvj.ac.id) , e-mail : [febupnvj@upnvj.ac.id](mailto:febupnvj@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**  
**SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021**




Pada hari Kamis, 8 Juli 2021 telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : **Moh. Fadlulrahman Salsabillah**  
Nomor Induk Mahasiswa : **1710111124**  
Program : **Manajemen Program Sarjana**

**“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, KUALITAS PRODUK, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
BIARNYAMAN”**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

**Tim Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih Sikki Mangabarani, M.Si.	Ketua Penguji	
2	Dra. Bernadin Dwi Mardiatmi, M. M.	Penguji I	
3	Drs. Nobelson Syarief, M. M.	Penguji II **)	

**Catatan:**

\*) Coret yang tidak perlu  
\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 8 Juli 2021  
Mengesahkan  
A.n. Dekan  
Kaprodi. Manajemen Program Sarjana



Wahyudi, S. E., M. M.



## **PRAKATA**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Februari sampai dengan bulan Juni dengan judul **“Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Biarnyaman*”**.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S. E., Ak., M. Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Ibu Dr. Desmintari, S. E., M. M. selaku Ketua Jurusan Manajemen, Bapak Wahyudi, S.E., M. M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana, Ibu Dewi Cahyani Pangestuti, S. E., M. M. selaku pembimbing akademik, Bapak Drs. Nobelson, M. M. dan Ibu Heni Nastiti, M. M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan tenaga, waktu, dan perhatiannya sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, serta segenap jajaran dosen dan staf yang telah banyak memberikan bantuan dalam proses perkuliahan, khususnya penulisan penelitian ini.

Penulis mengucapkan permohonan maaf atas segala kekeliruan yang dapat terjadi pada penulisan skripsi ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan seluruh pembaca.

Jakarta, 8 Juli 2021

Moh. Fadlurahman Salsabillah  
17101111124

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	9
I.3 Tujuan Penelitian .....	9
I.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
II.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	10
II.2 Landasan Teori .....	15
II.2.1 Pemasaran.....	15
II.2.2 Perilaku Konsumen .....	17
II.2.3 Keputusan Pembelian .....	18
II.2.4 <i>Celebrity Endorsement</i> .....	23
II.2.5 Kualitas Produk .....	27

II.2.6	Harga .....	29
II.3	Model Penelitian Empirik .....	31
II.3.1	<i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
II.3.2	Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	31
II.3.3	Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	31
II.4	Hipotesis.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>33</b>
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
III.1.1	Definisi Operasional.....	33
III.1.2	Pengukuran Variabel .....	33
III.2	Populasi dan Sampel .....	35
III.2.1	Populasi .....	35
III.2.2	Sampel.....	36
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	36
III.3.1	Jenis Data .....	37
III.3.2	Sumber Data.....	37
III.3.3	Pengumpulan Data .....	37
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	39
III.4.1	Teknik Analisis Data.....	39
III.4.1.1	Analisis Deskriptif .....	39
III.4.1.2	Analisis Inferensial.....	41
III.4.2	Uji Hipotesis .....	48
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>		<b>51</b>
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	51
IV.1.1	Profil Perusahaan <i>Biarnyaman</i> .....	51
IV.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	52
IV.2	Deskripsi Data Penelitian .....	52
IV.2.1	Deskripsi Data dan Responden .....	53

IV.3	Analisis dan Uji Hipotesis .....	57
IV.3.1	Analisis .....	57
IV.3.1.1	Analisis Deskriptif .....	57
IV.3.1.2	Analisis Inferensial .....	62
IV.3.2	Uji Hipotesis .....	71
IV.4	Pembahasan .....	74
IV.4.1	Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	75
IV.4.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	77
IV.4.3	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	78
IV.5	Keterbatasan Penelitian .....	79
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>80</b>
V.1	Simpulan.....	80
V.2	Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>82</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pengikut <i>Instagram</i> dan <i>Shopee Biarnyaman</i> .....	2
Tabel 2. Data Penjualan <i>Biarnyaman</i> Agustus 2020 – Januari 2021 .....	4
Tabel 3. Data Penjualan <i>Biarnyaman</i> Periode 30 Januari – 12 Februari 2021 .....	5
Tabel 4. Daftar Harga Produk <i>Biarnyaman</i> dan Merek Lain.....	8
Tabel 5. Matriks Penelitian Sebelumnya .....	13
Tabel 6. Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 7. Skala Likert .....	38
Tabel 8. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	38
Tabel 9. Tingkat Jawaban Pada Kuesioner .....	39
Tabel 10. Interpretasi Nilai Indeks.....	40
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	55
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Kuantitas Pembelian.....	55
Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Pembelian.....	56
Tabel 17. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 18. Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Celebrity Endorsement</i> .....	59
Tabel 19. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk.....	60
Tabel 20. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	61
Tabel 21. Hasil <i>Outer Loading Factor</i> .....	64
Tabel 22. Hasil <i>Cross Loading</i> .....	65
Tabel 23. Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	67
Tabel 24. Hasil <i>Fornell-Larcker-Criterion</i> .....	67
Tabel 25. Hasil <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	68
Tabel 26. Hasil <i>R-Square</i> .....	69
Tabel 27. Hasil Koefisien Jalur ( <i>Path Coefficient</i> ) .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Produk <i>Biarnyaman</i> .....	2
Gambar 2.	Jumlah Pengguna <i>Instagram</i> di Indonesia Januari 2020 .....	3
Gambar 3.	Grafik <i>E-Commerce Top of Mind</i> Periode Kuartal III Tahun 2020 .....	4
Gambar 4.	Grafik <i>E-Commerce</i> Paling Banyak Digunakan Periode .....	4
Gambar 5.	Testimoni Konsumen di <i>Shopee Biarnyaman</i> .....	7
Gambar 6.	Model Tahapan Proses Pembelian .....	18
Gambar 7.	Model Penelitian Empirik .....	32
Gambar 8.	Diagram Rancangan Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	42
Gambar 9.	Jumlah Pengguna <i>Instagram</i> di Indonesia Januari 2020 .....	43
Gambar 10.	Diagram Konstruksi Jalur .....	45
Gambar 11.	Tangkapan Gambar <i>Video Endorsement Tiara Pangestika</i> .....	52
Gambar 12.	Hasil <i>Loading Factor</i> .....	63
Gambar 13.	Hasil <i>Output Inner Model</i> .....	74
Gambar 14.	Profil <i>Instagram Tiara Pangestika</i> .....	76
Gambar 15.	Postingan <i>Instagram Tiara Pangestika</i> .....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	89
Lampiran 2. Data Kuesioner 30 Responden (Uji Coba) .....	97
Lampiran 3. Karakteristik 30 Responden (Uji Coba) .....	102
Lampiran 4. Hasil <i>Outer Model</i> (Uji Coba) .....	104
Lampiran 5. Hasil Analisis Model <i>PLS</i> (Uji Coba) .....	105
Lampiran 6. Data Kuesioner 75 Responden .....	108
Lampiran 7. Karakteristik 75 Responden.....	118
Lampiran 8. Hasil <i>Outer Model</i> .....	120
Lampiran 9. Hasil <i>Inner Model</i> .....	121
Lampiran 10. Hasil Analisis Model <i>PLS</i> .....	122
Lampiran 11. t-Tabel (41-80).....	126
Lampiran 12. <i>Turnitin</i> .....	128