



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ESTEH
INDONESIA DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

ALFANI GRACE BR GINTING 1910111053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**



**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ESTEH
INDONESIA DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

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

ALFANI GRACE BR GINTING 1910111053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Alfani Grace Br Ginting

NIM : 1910111053

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka bersedia dituntut dan siproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 10 Juni 2023

Yang Menyatakan



(Alfani Grace Br Ginting)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Alfani Grace Br Ginting
NIM : 1910111053
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 Endorser*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Esteh Indonesia di Jakarta Selatan

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, 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 : 23 Juni 2023

Yang menyatakan, materai



(Alfani Grace Br Ginting)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ESTEH INDONESIA DI JAKARTA SELATAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ALFANI GRACE BR GINTING 1910111053

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 23 Juni 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Lina Aryani, SE, MM
Ketua Penguji



Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM
Penguji I



Dra. Bernadin Dwi, MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE., MM
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidayati, SE, MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 23 Juni 2023

The Influence Of Celebrity Endorsers, Product Quality And Price On The Purchase Decision Of Esteh Indonesia In South Jakarta

By Alfani Grace Br Ginting

Abstract

In Indonesia, the food and beverage industry has become an industry that has enormous potential to develop rapidly. This is inseparable from the role of the millennial generation who are the main consumers in this industry. The purpose of this study is to know, prove and analyze whether celebrity endorsers, product quality and price influence purchasing decisions. The population in this study is Indonesian Esteh consumers domiciled in South Jakarta. The sample used was 150 people. Using Partial Least Square (PLS) analysis technique with SmartPLS 3.2.9 software. The results obtained show that the variables of celebrity endorser, product quality have a positive and significant influence on purchasing decisions, while price does not have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Celebrity Endorser, Product Quality, Price, Purchase Decision*

Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Esteh Indonesia Di Jakarta Selatan

Oleh Alfani Grace Br Ginting

Abstrak

Di Indonesia, industri makanan dan minuman telah menjadi industri yang memiliki potensi sangat besar untuk berkembang pesat. Hal ini tidak lepas dari peranan generasi milenial yang menjadi konsumen utama dalam industri ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis apakah *celebrity endorser*, kualitas produk dan harga berpengaruh dalam keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Esteh Indonesia yang berdomisili di Jakarta Selatan. Sampel yang digunakan sebanyak 150 orang. Menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan *software* SmartPLS 3.2.9. hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser*, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax: 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2022/2023

Hari ini Jumat, tanggal 23 Juni 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Alfani Grace Br Ginting**

No Pokok Mahasiswa : **1910111053**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Esteh Indonesia di Jakarta Selatan

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Lina Aryani, SE, MM	Ketua	1.
2	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Anggota I	2.
3	Dra. Bernadin Dwi, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 23 Juni 2023

Mengesahkan
A. H. H. H.
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Esteh Indonesia di Jakarta Selatan”**.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih, antara lain kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Desmintari, SE, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen, Ibu Siti Hidayati, SE, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana, Ibu Alfida Aziz, S.E, M,M, selaku dosen pembimbing akademik dan Ibu Dra. Bernadin Dwi M, MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan, arahan dan saran yang membangun dalam membimbing peneliti untuk melakukan penelitian hingga selesai.

Peneliti juga ingin mengucapkan terimakasih kepada kedua orangtua tercinta yaitu Bapak Hendri Ginting dan Ibu Sabari Br Sembiring serta adik tersayang Victorya Angel yang selalu ada dalam memberikan doa dan dukungan serta motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik, juga ucapan terima kasih kepada Ice, Ghea dan teman-teman terdekat yang telah membantu peneliti dalam mengerjakan penelitian ini dan telah memberikan dukungan serta semangat sehingga penelitian ini dapat selesai dengan baik serta kepada semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak. Peneliti berharap karya tulis ini dapat bermanfaat bagi pihak pembaca.

Jakarta, 23 Juni 2023

Alfani Grace Br Ginting

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	8
I.3 Tujuan Penelitian	8
I.4 Manfaat Hasil Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 Landasan Teori	10
II.1.1 Pemasaran.....	10
II.1.2 Perilaku Konsumen	11
II.1.3 Keputusan Pembelian	12
II.1.4 Celebrity Endorser.....	15
II.1.5 Kualitas Produk	17
II.1.6 Harga	19
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	20
II.3 Model Penelitian	27
II.3.1 Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian	28
II.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	28

II.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	28
II.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
III.1.1 Definisi Operasional	30
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	31
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	31
III.2.1 Populasi	31
III.2.2 Sampel.....	32
III.3 Teknik Pengumpulan Data	33
III.3.1 Jenis Data	33
III.3.2 Sumber Data.....	33
III.3.3 Pengumpulan Data	34
III.4 Teknik Analisis Data	35
III.4.1 Analisis Deskriptif	36
III.4.2 Analisis Inferensial	37
III.4.3 Uji Validitas	40
III.4.4 Uji Reliabilitas	41
III.4.5 Uji Hipotesis	41
III.4.5.1 Uji signifikan Parameter Individual (Uji t-Statistik).....	41
III.4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	43
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	44
IV.2.1 Deskripsi Data Responden.....	44
IV.2.2 Analisis Data Deskriptif	49
IV.3 Analisis Inferensial.....	53
IV.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	53
IV.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	59
IV.4 Pembahasan	61
IV.4.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian Esteh Indonesia	61

IV.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Esteh Indonesia	64
IV.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Esteh Indonesia....	67
IV.5 Keterbatasan Penelitian	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	71
V.1 Simpulan.....	71
V.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
RIWAYAT HIDUP	76
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Menu dan Harga Produk Esteh Indonesia.....	5
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 4. Skala Likert.....	36
Tabel 5. Instrumen kisi-kisi penelitian.....	37
Tabel 6. Peringkat Jawaban Kuesioner	37
Tabel 7. Persentase responden berdasarkan jenis kelamin.....	38
Tabel 8. Kriteria responden berdasarkan usia	47
Tabel 9. Kriteria Responden berdasarkan wilayah domisili	49
Tabel 10. Kriteria responden berdasarkan status pekerjaan.....	50
Tabel 11. Kriteria responden berdasarkan frekuensi pembelian.....	51
Tabel 12. Kriteria responden berdasarkan pendapatan/uang saku	51
Tabel 13. Outer Loading Keputusan Pembelian	52
Tabel 14. Outer Loading Celebrity Endorser	53
Tabel 15. Outer Loading Kualitas Produk	55
Tabel 16. Outer Loading Harga	56
Tabel 17. Loading Factor	58
Tabel 18. Cross Loading	59
Tabel 19. Average Variance Extracted (AVE)	61
Tabel 20. Fornell Lacker Criterium	62
Tabel 21. Composite Reliability	62
Tabel 22. Cronbach's Alpha	63
Tabel 23. T statistic	64
Tabel 24. R Square.....	65
Tabel 25. Adjusted R.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Celebrity Endorser Esteh Indonesia	2
Gambar 2. Celebrity Endorser Esteh Indonesia	3
Gambar 3. Minuman Kekinian yang Paling Banyak Dikonsumsi	4
Gambar 4. The Model Customer Behaviour	12
Gambar 5. Tahap Keputusan Pembelian.....	13
Gambar 6. Model Penelitian	29
Gambar 7. Langkah-langkah PLS	40
Gambar 8. Inner Model	41
Gambar 9. Outer Model	41
Gambar 10. Konstruksi Diagram Jalur	42
Gambar 11. Logo Perusahaan Esteh Indonesia.....	46
Gambar 12. Diagram Jalur Outer Model.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner	86
Lampiran 3. Deskripsi Data Responden.....	100
Lampiran 4. Hasil Ouput SmartPLS	103
Lampiran 5. Hasil Turnitin.....	107