



**PENGARUH *CELEBRITY ENDOSER & BRAND AWARENESS*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA LIPSTIK  
MIRABELLA DI FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAKARTA**

**SKRIPSI**

**SURYA WIJAYA  
1310111156**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAKARTA  
2017**



**PENGARUH *CELEBRITY ENDOSER & BRAND AWARENESS*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA LIPSTIK  
MIRABELLA DI FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAKARTA**

**SKRIPSI**

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

**SURYA WIJAYA**

**1310111156**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAKARTA**

**2017**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Surya Wijaya

NIM. : 1310111156

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

Jakarta, 19 Juni 2017

Yang Menyatakan



Surya Wijaya

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Surya Wijaya  
NIM. : 1310111156  
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

***Pengaruh Celebrity Endoser & Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Pada Lipstik Mirabella Di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta***

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 : 19 Juni 2017

Yang Menyatakan,



Surya Wijaya

**PENGESAHAN**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDOSER & BRAND AWARENESS*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA LIPSTIK  
MIRABELLA DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAKARTA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**SURYA WIJAYA  
1310111156**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
pada tanggal : 19 Juni 2017  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Lina Arivani, S.E., M.M.**  
Ketua Penguji



**Yuliman, S.E., M.M.**  
Penguji I (Pembimbing I)

**Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP.**  
Dekan



**Drs. Svarif Ali, M.Si.**  
Penguji II (Pembimbing II)



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

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 19 Juni 2017



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl. RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692858, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnri.ac.id> Email : [puskom@upnri.ac.id](mailto:puskom@upnri.ac.id)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GENAP TA. 2016/2017

Hari ini Senin, tanggal 19 Juni 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : SURYA WIJAYA

No.Pokok Mahasiswa : 1310111156

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :  
PENGARUH CELEBRITY ENDORSE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP PURCHASE INTENTIONS PADA PRODUK LISPTIK MEREK MIRABELLA DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPN VETERAN JAKARTA  
Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / Tidak Lulus \*)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Lina Ariyani, SE, MM	Ketua	1. ....
2	Yulinar, SE, MM	Anggota I	2. ....
3	Drk. Syarif Ali, M.Si	Anggota II	3. ....

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



Wahyudi, SE, MM

**Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Awareness* terhadap  
*Purchase Intention* pada Produk Lipstik Merek Mirabella di  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta**

Oleh

**Surya Wijaya**

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Upn Veteran Jakarta. Ukuran sampel diambil sebanyak 60 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Celebrity Endorser* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,120. (2) *Brand Awareness* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,752.

**Kata Kunci:** *Celebrity Endorser, Brand Awareness, Purchase Intention.*

***Effect of Celebrity Endorser and Brand Awareness on Purchase Intention on Mirabella Lipstics in Economic & Business Faculty University of National Development "Veteran" Jakarta***

***By***

***Surya Wijaya***

***Abstract***

*This research is a quantitative research that aims to determine the effect of Celebrity Endorser and Brand Awareness to Purchase Intention. Population in this research is student of Faculty of Economics And Business Upn Veteran Jakarta. The sample size was taken as many as 60 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaire distribution. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study show that (1) Celebrity Endorser does not have significant influence on buying interest with coefficient value of 0.120. (2) Brand Awareness has a significant influence on buying interest with coefficient value of 0.752 lane.*

***Keywords:*** *Celebrity Endorser, Brand Awareness, Purchase Intention.*



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT & Nabi Muhammad SAW atas segala karunia, rahmat serta hidayah-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil dijalankan. Judul yang dipilih dalam skripsi ini adalah “Pengaruh *Celebrity Endoser & Brand Awareness* Terhadap Purchase Intention Pada Lipstik Mirabella Di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta”. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, kepada Ibu Yuliniar, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I & Bapak Drs. Syarif Ali, M.Si selaku dosen pembimbing II. Bapak Wahyudi, S.E.,M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, serta dosen-dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis yang telah banyak memberikan kesempatan, arahan & saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Surahman & Ibu Suryati selaku kedua orang tua tercinta, Muhammad Risfandi Sukma selaku adik tercinta yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat & doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis juga sampaikan kepada sahabat-sahabat terdekat yang sangat berjasa dalam penelitian ini yaitu Elsha Anastiwi, Agni Rizkita Amanda, Khusnul Khotimah Pratiwi, Nurul Pajriyah, Ayu Mega Nuriza, Yusnia, Irvan Adi Saputra, Yuke Aldika, Arie Oktiyansyah, Bimo Erki Basuki, Dede Riyanto, Hendras Arung, Ngurah Putra, Wayan Kris Ariyanto, Aulya Sindhita, Deni Kurnia Putra Keluarga Besar SMOKAR, serta teman-teman seperjuangan Manajemen S1 2013 yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 19 Juni 2017

Surya Wijaya

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	iv
<b>PENGESAHAN</b> .....	v
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	5
I.3 Tujuan Penelitian .....	5
I.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
II.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	7
II.2 Landasan Teori .....	10
II.2.1 Pemasaran .....	10
II.2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	11
II.2.2 Minat Beli .....	12
II.2.2.1 Pengertian Minat Beli .....	12
II.2.2.2 Indikator Minat Beli .....	12
II.2.3 Promosi .....	13
II.2.3.1 Pengertian Promosi .....	13
II.2.3.2 Tujuan Strategi Promosi .....	13
II.2.3.3 Bauran Promosi .....	14
II.2.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi .....	14
II.2.4 <i>Celebrity Endoser</i> (Selebriti Pendukung) .....	15
II.2.4.1 Definisi <i>Celebrity Endoser</i> (Selebriti Pendukung) .....	15
II.2.4.2 Jenis-jenis <i>Endoser</i> .....	16
II.2.5 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) .....	18
II.2.5.1 Definisi <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) .....	18
II.2.5.2 Tingkatan Kesadaran Merek .....	18
II.3 Kerangka Pemikiran .....	19
II.4 Pengembangan Hipotesis .....	20
II.4.1 Pengaruh <i>Celebrity endoser</i> Terhadap Purchase Intention .....	20
II.4.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Purchase Intention .....	20

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
III.1 Definisi Operasional & Pengukuran Variabel .....	22
III.1.1 Definisi Operasional .....	22
III.1.2 Pengukuran Variabel .....	23
III.2 Penentuan Populasi & Sampel.....	23
III.2.1 Populasi .....	23
III.2.2 Sampel .....	24
III.3 Teknik Pengumpulan Data .....	24
III.3.1 Jenis Data.....	24
III.3.2 Sumber Data .....	24
III.3.3 Pengumpulan Data.....	25
III.4 Teknik Analisis Data & Uji Hipotesis.....	26
III.4.1 Teknik Analisis Data .....	26
III.4.1.1 Uji Validitas & Reliabilitas .....	26
III.4.2 Uji Hipotesis.....	27
III.4.2.1 Uji Hipotesis Parsial .....	27
III.4.2.2 Partial Least Square (PLS) .....	27
III.4.3 Uji Koefesien Determinasi ( $R^2$ ).....	28
III.5 Kerangka Model Penelitian .....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	30
IV.2 Sejarah PT. Martina Berto .....	30
IV.1.3 Uji Kualitas Data .....	31
IV.1.3.1 Uji Validitas dan reliabilitas .....	31
IV.1.3.2 Uji Validitas.....	31
IV.1.3.3 Uji Reliabilitas .....	34
IV.1.4 Analisis Data dan Hipotesis.....	35
IV.1.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas PLS.....	35
IV.1.4.2 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	35
IV.1.4.3 Uji Validitas Konvergen .....	37
IV.1.4.4 Uji Validitas Diskriminan.....	37
IV.1.4.5 Uji Reliabilitas PLS .....	38
IV.1.4.6 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	39
IV.1.4.7 <i>R Square</i> .....	39
IV.1.4.8 <i>Q Square</i> .....	40
IV.1.4.10 Uji t-Statistik .....	40
IV.2 Pembahasan .....	42
IV.2.1 hubungan <i>Celebrity Endorser</i> dengan <i>Purchase Intention</i> .....	42
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>44</b>
V.1 Simpulan.....	44
V.2 Saran .....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>45</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Perkembangan Pasar Industri Kosmetik di Indonesia.....	1
Tabel 2.	Data Penjualan Kosmetik (dalam Jutaan Rupiah).....	2
Tabel 3.	Matriks Penelitian Sebelumnya.....	10
Tabel 4.	Pengukuran Variabel .....	23
Tabel 5.	Skala Likert .....	25
Tabel 6.	Kisi-Kisi Instrumen .....	25
Tabel 7.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha</i> .....	27
Tabel 8.	Validitas Variabel <i>Celebrity</i> Pendukung.....	31
Tabel 9.	Validitas Butir Pernyataan Variabel <i>Celebriti</i> Pendukung .....	31
Tabel 10.	Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	32
Tabel 11.	Validitas Butir Pernyataan Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	33
Tabel 12.	Validitas Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	33
Tabel 13.	Validitas Butir Pernyataan Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	34
Tabel 14.	Hasil Perhitungan Reliabilitas .....	34
Tabel 15.	<i>Outer Loading Factor</i> .....	37
Tabel 16.	Fornell-Lacker Criterium .....	38
Tabel 17.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	38
Tabel 18.	<i>Composite Reliability</i> .....	38
Tabel 19.	<i>Cronbach's Alpha</i> .....	39
Tabel 20.	<i>R Square</i> .....	39
Tabel 21.	Hasil Uji <i>T-Statistic</i> .....	41
Tabel 22.	Intepretasi Hasil Koefisien Jalur .....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Piramida Tingkatan Kesadaran Merek.....	19
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 3. Langkah-langkah Analisis PLS.....	28
Gambar 4. Model Penelitian .....	28
Gambar 5 . Outer Model .....	36
Gambar 6. Inner Model.....	42

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Data Kuisisioner 60 responden
Lampiran 3	Hasil Output SPSS 23 Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	Hasil <i>Output Outer Model</i> PLS
Lampiran 5	R Tabel
Lampiran 6	T Tabel
Lampiran 7	Surat Riset