

**Analisis Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Promosi Penjualan  
terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening  
(Studi Kasus Konsumen Scarlett Whitening di Kota Surabaya)**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**UCHTISYAH ALIFYANTI**

**NPM. 18042010072**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK, DAN**  
**PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUUAN PEMBELIAN PADA**  
**PRODUK SCARLETT WHITENING**  
**(Studi Kasus Konsumen Scarlett Whitening di Kota Surabaya)**

Disusun Oleh :

UCHTISYAH ALIFYANTI  
NPM. 18042010072

Telah Disetujui untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

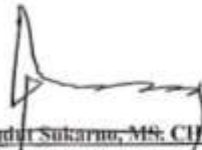


Dra. Lia Nirawati M.Si  
NIP. 196609241993032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ee-Gendut Sukarno, MS, CHRA  
NIP. 195907011987031001

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Promosi Penjualan terhadap  
Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening  
(Studi Kasus Konsumen Scarlett Whitening di Kota Surabaya)**

Disusun Oleh :

Uchtisvah Alifvanti  
18042010072

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh tim penguji skripsi program studi  
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan

Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal 24 Juni 2022

Menyetujui,

PEMBIMBING

  
Dra. Lia Nirawati, M.Si  
NIP. 196009241993032001

TIM PENGUJI

1. Ketua

  
Dra. Sonja Andarini, M.Si  
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris


  
Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si  
NIP. 196112241989031007

3. Anggota

  
Dra. Lia Nirawati, M.Si NIP.  
196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN FISIP

  
Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA  
NIP. 1958070011987031001

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (0020Studi Kasus pada Konsumen Scarlett Whitening di Kota Surabaya).

Proposal penelitian ini disusun sesuai dengan aturan dan kurikulum yang berlaku pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang digunakan sebagai salah satu syarat kelulusan. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan proposal ini masih terdapat kekurangan.

Selanjutnya penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini. Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Drs Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si., selaku koordinator program studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.
5. Teman-teman penulis yang selalu memberikan dukungan dan membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Semua pihak yang telah membantu selama menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa didalam penyusunan Skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan proposal skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, 9 Maret 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II .....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Landasan Teori .....	16
2.2.1 Pemasaran.....	16
2.2.2 Digital Promosi penjualan .....	21
2.2.3 Celebrity Endorser.....	22
2.2.4 Citra Merek.....	26
2.2.5 Promosi Penjualan.....	31
2.2.6 Keputusan Pembelian .....	36
2.3 Kerangka Berfikir .....	45
2.4 Hipotesis .....	47
BAB III.....	49
METODE PENELITIAN .....	49

3.1	Jenis Penelitian .....	49
3.2	Batasan Penelitian.....	49
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	50
3.3.1	Definisi Operasional.....	50
3.3.2	Pengukuran Variabel .....	52
3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampling .....	55
3.4.1	Populasi .....	55
3.4.2	Sampel.....	55
3.4.3	Teknik Penarikan Sampel.....	57
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.5.1	Jenis Data .....	57
3.5.2	Sumber Data .....	58
3.5.3	Pengumpulan Data .....	58
3.6	Uji Validitas dan Realiabilitas Intrumen Penelitian .....	58
3.6.1	Uji Validitas .....	58
3.6.2	Uji Realiabilitas .....	59
3.7	Teknik Analisis data .....	61
3.7.1	Uji Asumsi Klasik .....	61
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
3.7.3	Uji Hipotesis.....	65
BAB IV.....		69
HASIL DAN PEMBAHASAN .....		69
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	69
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	69
4.1.2	Logo Perusahaan.....	70
4.1.3	Produk Scarlett Whitening.....	71
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian .....	72
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden .....	72
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden .....	77
4.3	Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	87
4.3.1	Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	87
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	93

4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	98
Gambar 4. 4 curva uji F.....	102
Gambar 4.6 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan H0 Variabel X1 .....	105
4.4 Pembahasan .....	109
4.4.1 Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Promosi Penjualan Secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian.....	109
4.4.2 Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Promosi Penjualan Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian .....	110
BAB V .....	116
KESIMPULAN DAN SARAN .....	116
5.1 Kesimpulan .....	116
5.2 Saran .....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN .....	123
LAMPIRAN 1 .....	123
LAMPIRAN 2 .....	130
LAMPIRAN 3 .....	136
LAMPIRAN 4 .....	141
LAMPIRAN 5 .....	143
LAMPIRAN 6 .....	144



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert.....	53
Tabel 3. 2 Uji Autokorelasi .....	64
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	74
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	75
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan / Uang Saku Perbulan.....	76
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	76
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	77
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Celebrity Endorser (X1).....	80
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Citra Merek (X2).....	82
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Promosi Penjualan (X3).....	84
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	86
Tabel 4.12 Uji Validitas variabel Celebrity Endorser (X1) .....	89
Tabel 4.13 Uji Validitas variabel Citra Merek (X2) .....	90
Tabel 4.14 Uji Validitas variabel Promosi Penjualan (X3).....	91
Tabel 4.15 Uji Validitas variabel Keputusan Pembelian (Y).....	92
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	93

Tabel 4.17 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	94
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	95
Tabel 4. 19 Hasil Uji t.....	103
Tabel 4.20 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan H0 Variabel X1 .....	105
Tabel 4.21 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan H0 Variabel X2 .....	107
Tabel 4.22 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan H0 Variabel X2 .....	108
Tabel 4.23 Perbandingan Hasil Penelitian .....	114

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet.....	2
Gambar 1. 2 Top Produk Penjualan Kosmetik wajah e-commerce Shopee dan Tokopedia.....	3
Gambar 1. 3 Penguasa Brand Perawatan Tubuh.....	4
Gambar 1. 4 Penjualan Scarlett tahun 2021 .....	5
Gambar 2. 1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	39
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir .....	46
Gambar 3. 1 Curva Uji t.....	66
Gambar 3. 2 Curva Uji f.....	67
Gambar 4. 1 Logo Scarlett Whitening .....	70
Gambar 4. 2 Produk Scarlett Whitening .....	71
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	97
Gambar 4. 4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	98
Gambar 4. 5 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	99
Gambar 4. 6 Uji f .....	100
Gambar 4.7 curva uji F.....	102

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Scarlett Whitening di Kota Surabaya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Kuantitatif Deskriptif. Teknik yang digunakan dalam menentukan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria penduduk Surabaya yang pernah menggunakan Scarlett Whitening. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu menggunakan kuisisioner dalam bentuk Google Form. Pengukuran skala yang digunakan yaitu skala Likert serta dibantu oleh program SPSS untuk melakukan analisis terhadap data. Responden pada penelitian ini berjumlah 101 Konsumen Scarlett Whitening di Kota Surabaya. Hasil Penelitian terdapat pengaruh secara parsial dari masing masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Promosi Penjualan Secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci : Celebrity Endorser, Citra Merek, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to find out and analyze the influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Sales Promotion on Purchase Decisions on Scarlett Whitening products in Surabaya. The approach used in this research is descriptive quantitative approach. The technique used in determining the sample uses a non-probability sampling technique with a purposive sampling method, namely the determination of the sample based on the criteria of Surabaya residents who have used Scarlett Whitening. The method used in collecting data is using a questionnaire in Google Form. The measurement scale used is the Likert scale and assisted by the SPSS program to analyze the data. Respondents in this study amounted to 101 Scarlett Whitening consumers in Surabaya. The results of the study there is a partial effect of each independent variable on the dependent variable. This study also shows that the variables Celebrity Endorser, Brand Image, and Sales Promotion Simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions.

**Keywords: Celebrity Endorser, Citra Merek, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian**