

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK  
AVOSKIN BEAUTY  
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
ANGKATAN 2020)**

**SKRIPSI**



**OLEH :  
ELSA DEWI SITORUS  
NIM: 112010834**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK  
AVOSKIN BEAUTY  
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
ANGKATAN 2020)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

**SKRIPSI**



**OLEH :**  
**ELSA DEWI SITORUS**  
**NIM: 112010834**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Elsa Dewi Sitorus

NIM : 112010834

Judul Skripsi : Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Avoskin Beauty (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa

Bekasi, 21 Juli 2024

Pembimbing,



**LANGGENG SRI HANDAYANI.,SE.,M.M**

**NIDN: 0407056902**

SKRIPSI

***PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK AVOSKIN BEAUTY (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PELITA BANGSA ANGKATAN 2020)***

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Elsa Dewi Sitorus

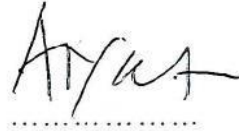
112010834

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI**

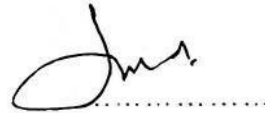
Ketua Penguji,  
Kuwat Riyanto, S.E., M.M., D.B.A.  
NIDN: 0417087905

Tanda Tangan



Anggota Penguji  
Drs. Imam Sucipto, M.M  
NIDN: 0405096403

Tanda Tangan



Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.  
NIDN: 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.  
NIDN: 0404046508

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Elsa Dewi Sitorus  
NIM : 112010834  
Program Studi : Manajemen (SI)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 16 Agustus 2024



Elsa Dewi Sitorus

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku”

(Filipi 4:13)

“Aku ditolak dengan hebat sampai jatuh, tetapi Tuhan menolong aku”

(Mazmur 118:13)

“Setiap orang memiliki perjalanan hidup yang unik, dengan tantangan dan rintangan masing-masing. Yang terpenting adalah bagaimana kita memilih untuk menghadapi setiap tantangan tersebut dengan keberanian, kerendahan hati, dan tekad yang tak tergoyahkan untuk terus maju.”

“It always seems impossible until it’s done”

(Nelson Mandela)

Karya ini kupersembahkan buat:

- Dengan penuh rasa syukur, saya persembahkan skripsi ini kepada orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada henti. Terima kasih atas segala pengorbanan, cinta, dan kasih sayang yang kalian berikan.
- Saya dedikasikan skripsi ini kepada Pramudita dan Eris yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan semua bantuan yang berarti. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik saya.
- Dengan rasa hormat dan terima kasih yang mendalam, saya persembahkan karya ini kepada dosen pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan, ilmu, dan arahan yang berharga selama proses penyusunan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan kasih-Nya yang luar dan berkat yang melimpah yang memenuhi kehidupan penulis setiap harinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli produk Avoskin *Beauty*”. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Langgeng Sri Handayani, S.E.,M.M selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Tim Penguji, terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya skripsi ini.
3. Yunita Ramadhani.,RDS, S.E.,M.Sc., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis skripsi Mahasiswa.
4. Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
5. Hamzah Muhammad Mardiputera, SKM.,M.M.,D.B.A., sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan

sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian skripsi ini.

7. Orang Tuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Surga-Mu bersama orang-orang beriman. Amin.
8. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran dan semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan saat-saat diskusi bersama di masa perkuliahan.
9. Seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan mapupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Untuk teman seperjuanganku Grace Anatasya dan Pramudita Citra. Terimakasih telah sabar membantu dan menjadi support system terbaik selama menjalani penulisan skripsi ini
11. Untuk sahabat online saya Eris, saya ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kerana telah sabar membantu saya, memberi saran, dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Untuk sahabat-sahabat saya Luthfiyyah Zahra, Fizicria Soneta, Nurul Ul Husna, dan Rezita Clara terima kasih atas kebersamaan yang telah kamu berikan selama ini. Kehadiranmu menjadi penghibur di saat-saat stress dan penat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 16 Agustus 2024

Penulis

Elsa Dewi Sitorus



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
12.1 Latar Belakang .....	1
12.2 Rumusan Masalah.....	5
12.3 Tujuan Penelitian .....	6
12.4 Manfaat Penelitian .....	6
12.5 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Minat Beli .....	8
2.1.2 <i>Celebrity Endorser</i> .....	11
2.1.3 Citra Merek .....	13
2.1.4 Kualitas Produk.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	17
2.3 Kerangka Berpikir.....	19
2.4 Hipotesis .....	20
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	24
3.1.1 Jenis penelitian.....	24
3.1.2 Desain Penelitian .....	24
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	26
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.4 Populasi dan pengambilan sampel .....	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Sampel .....	29
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.6 Metode Analisis Data.....	31
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian .....	31
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.6.3 Pengujian Hipotesis Penelitian .....	35

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	38
4.1.1 Karakteristik Responden .....	38
4.2 Statistik Deskriptif .....	40
4.3 Analisis Data .....	41
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.5 Uji Hipotesis .....	49
4.6 Pembahasan.....	54
4.6.1 Pengaruh Celebrity Endorser Secara Parsial Terhadap Minat Beli.....	54
4.6.2 Pengaruh Citra Merek Secara Parsial Terhadap Minat Beli .....	54
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Minat Beli .	55
4.6.4 Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Minat Beli .....	55
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>57</b>
5.1 Kesimpulan .....	57
5.2 Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Operasional Variabel .....	27
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert untuk Celebrity Endorser Produk Avoskin.....	30
Tabel 3. 3 Skor Skala Likert untuk Citra Merek Produk Avoskin.....	31
Tabel 3. 4 Skor Skala Likert untuk Kualitas Produk Produk Avoskin .....	31
Tabel 3. 5 Skor Skala Likert untuk Minat Beli Produk Avoskin.....	31
Tabel 3. 6 Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi .....	37
Tabel 4. 1 Hasil Deskriptif Statistik Variabel.....	41
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas .....	42
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reabilitas.....	43
Tabel 4. 4 Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov test.....	46
Tabel 4. 5 Uji Multikolinearitas .....	47
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedatitas .....	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji T .....	50
Tabel 4. 8 Hasil Uji F .....	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	54

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-commerce.....	2
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Berpikir .....	19
Gambar 3. 1 Desain Penelitian .....	25
Gambar 4. 1 Perbandingan Responden Laki-laki dan Perempuan .....	39
Gambar 4. 2 Perbandingan Usia Responden .....	39
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Memakai Produk Avos .....	40
Gambar 4. 4 Grafik Histogram .....	45
Gambar 4. 5 P-Plot Hasil Uji Normalitas Data .....	46
Gambar 4. 6 Uji Heteroskedatitas .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	62
Lampiran 2. Data Tabulasi Penelitian.....	69
Lampiran 3. Hasil Statistik Deskriptif.....	81
Lampiran 4. Uji Validitas .....	81
Lampiran 5. Uji Reliabilitas .....	82
Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas .....	82
Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinieritas .....	83
Lampiran 8. Hasil Uji Heterokedasitisitas .....	83
Lampiran 9. Hasil Uji T (Parsial) .....	84
Lampiran 10. Hasil Koefisien Determinasi .....	84
Lampiran 11. Hasil Uji F (Simultan).....	84
Lampiran 12. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	85
Lampiran 13. Tabel F .....	85
Lampiran 14. Tabel T .....	88
Lampiran 15. Hasil Turnitin .....	91
Lampiran 16. Daftar Riwayat Hidup.....	92

***The Influence Of Celebrity Endorser, Brand Image, and Product Quality  
On Purchase Intention For Avoskin Beauty Products  
(A Study On Pelita Bangsa University Students Class Of 2020)***

Elsa Dewi Sitorus<sup>1)</sup>  
Langgeng Sri Handayani<sup>2)</sup>

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the influence of celebrity endorsers, brand image, and product quality on purchase intention of Avoskin Beauty products among Pelita Bangsa University students from the class of 2020. The research method uses a quantitative approach with data collection techniques through questionnaires distributed to 99 respondents. Data analysis uses multiple linear regression with SPSS 24 software. The results show that partially, celebrity endorsers and product quality have a positive and significant effect on purchase intention, while brand image does not have a significant effect. Simultaneously, the three independent variables significantly influence the purchase intention of Avoskin Beauty products. This study concludes that the company needs to pay attention to celebrity endorser factors and product quality to increase consumer purchase intention.*

*Keywords: Avoskin Beauty, Brand Image, Celebrity Endorser*

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, CITRA MEREK DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK  
AVOSKIN BEAUTY  
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
ANGKATAN 2020)**

Elsa Dewi Sitorus<sup>1)</sup>  
Langgeng Sri Handayani<sup>2)</sup>

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser*, citra merek, dan kualitas produk terhadap minat beli produk Avoskin Beauty pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa angkatan 2020. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 99 responden. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *celebrity endorser* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sementara citra merek tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Avoskin Beauty. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perusahaan perlu memperhatikan faktor *celebrity endorser* dan kualitas produk untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci: Avoskin *Beauty*, Citra Merek, *Celebrity Endorser*