

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSMENT*, PROMOSI *ONLINE*,  
DAN *TESTIMONIAL* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SCARLETT WHITENING* DI TOKO *QUEEN*  
KOSMETIK  
( Studi Pada Pelanggan Scarlett Whitening Di Kecamatan  
Cikarang Utara )**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
KHALDA INDITA LUQIYANINGSIH  
NIM : 112010046**

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

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSMENT*, PROMOSI *ONLINE*,  
DAN *TESTIMONIAL* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SCARLETT WHITENING DI TOKO *QUEEN* KOSMETIK**

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

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**KHALDA INDITA LUQIYANINGSIH**

**NIM : 112010046**

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

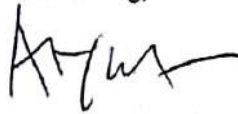
## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Khalda Indita Luqiyarningsih  
NIM : 112010046  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Celebrity Endorsment, Promosi Online, Dan Testimonial Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening

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

Bekasi, 29 Juli 2024  
Pembimbing,



Kuwat Riyanto, S.E.,MM.,DBA  
NIDN : 04170879

SKRIPSI


**PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT PROMOSI ONLINE DAN  
TESTIMONIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT  
WHITENING TOKO QUEEN KOSMETIK**

Dipersiapkan dan disusun oleh:  
Khalda Indita Luqiyarningsih  
112010046

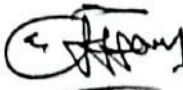
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI**

Ketua Penguji,  
Dr. Asral, S.E., M.M.  
NIDN: 0417086706

Tanda Tangan  


Anggota Penguji  
Catur Sasi Kirono, S.H., M.M.  
NIDK: 8903600020

Tanda Tangan  


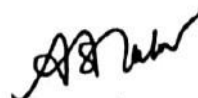
Ka. Prodi Manajemen



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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis



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

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Khalda Indita Luqiyarningsih  
NIM : 112010046  
Program Studi : SI Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir yang peneliti susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Studi SI Manajemen Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya peneliti sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang peneliti kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

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

Bekasi, 29 Juli 2024



Khalda Indita Luqiyarningsih

## **MOTTO**

“ Janganlah takut jatuh, karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh. Dan jangan takut gagal, karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang – orang yang tidak pernah melangkah. Dan jangan takut salah, karena dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah yang kedua.” ( Buya Hamka )

## **PERSEMBAHAN**

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT segala nikmat dan rahmat serta karunia pertolong-Nya selama penulis menyusun skripsi.
2. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Diding Sahidin dan pintu surgaku Ibunda Titi Setiyaningsih. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senan tiasa memberikan yang terbaik, tak kenal Lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampao meraih gelar sarjana.
3. Kepada adikku Musyaffa Nazmi Alaudin dan Zulfa Auliya terimakasih sudah selalu ada disaat penulis butuh bantuan atau kesulitan dan selalu menghibur.
4. Dengan penuh rasa syukur kepada keluarga besar tercinta. Terimakasih atas doa, dukungan dan semangat yang tak pernah putus. Kalian adalah sumber kekuatan dan isnpirasi bagi penulis.
5. Terimakasih kepada Bapak Kuwat, S.E., M.M., D.B.A yang telah membimbing dan mengarahkan saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Terimakasih untuk teman-teman Angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas kebersamaan dan berperan banyak memberikan pengalaman dandukungan selama di bangku kuliah

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Celebrity endorsment Promosi Online Dan Testimonial* Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Toko Queen Kosmetik” ini dengan baik. Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu dan memberikan bimbingan kepada peneliti, maka dalam kesempatan ini, dengan ketulusan hati penulis akan menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Kuwat Riyanto, SE., MM., D.B.A., selaku dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir / Skripsi ini.
2. Tim penguji, Bapak Dr. Asral, S.E.,M.M dan Catur Sasi Kirono, S.H.,M.M, terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya skripsi ini.
3. Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E.,M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial (FEBIS) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat Menulis Tugas Akhir / Skripsi Mahasiswa.
4. Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEBIS) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
5. Hamzah Muhammad Mardiputera.,. SKM.,MM sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial yang telah membimbinh, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan

sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi/Tesis ini.

7. Orang tuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan, serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran keteladanan, pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu Bersama orang-orang beriman. Aamiin... Yaa Rabbal 'alamiin.
8. Teman-teman Angkatan 2020 Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial 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 Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian tugas akhir/skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir/Skripsi ini jauh dari kesempurnaan. oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga tugas akhir/skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu dimasa yang akan datang.

Penulis menyadari penyusunan skripsil ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu saran serta kritik yang membangun sangat kami harapkan. Akhir kata, penulis berharap semoga proposal penelitian ini berguna bagi para pembaca dan pihak – pihak lain yang berkepentingan.

Bekasi, 29 Juli 2024

Khaldia Indita Luqiyarningsih



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<i>Abstract</i> .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
1.5. Sistematika penulisan .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1. Landasan Teori .....	7
2.1.1. Keputusan Pembelian .....	7
2.1.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	7
2.1.1.2. Indikator Keputusan Pembelian .....	8
2.1.1.3. Dimensi Keputusan Pembelian .....	8
2.1.1.4. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	9
2.1.2. <i>Celebrity Endorsment</i> .....	10
2.1.2.1. Pengertian <i>Celebrity Endorsment</i> .....	10
2.1.2.2. Indikator <i>Celebrity Endorsment</i> .....	11
2.1.2.3. Dimensi <i>Celebrity Endorsment</i> .....	13
2.1.2.4. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi <i>Celebrity Endorsment</i> .....	14
2.1.2.5. Kelebihan dan Kekurangan <i>Celebrity Endorsment</i> .....	15
2.1.2.6. Hubungan <i>Celebrity Endorsment</i> Terhadap Keputusan Pembelian ...	16
2.1.3. Promosi <i>Online</i> .....	17
2.1.3.1. Pengertian Promosi <i>Online</i> .....	17
2.1.3.2. Indikator Promosi <i>Online</i> .....	18
2.1.3.3. Dimensi Promosi <i>Online</i> .....	19
2.1.3.4. Faktor Yang Mempengaruhi Promosi <i>Online</i> .....	19
2.1.3.5. Hubungan Promosi <i>Online</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	20
2.1.4. <i>Testimonial</i> .....	21
2.1.4.1. Pengertian .....	21
2.1.4.2. Indikator <i>Testimonial</i> .....	22
2.1.4.3. Dimensi <i>Testimonial</i> .....	23

2.1.4.4. Faktor Yang Mempengaruhi <i>Testimonial</i> .....	24
2.1.4.5. Hubungan <i>Testimonial</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.2. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	25
2.2.1. Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional .....	25
2.2.2. Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional .....	28
2.3. Hipotesis dan Model Penelitian .....	30
2.3.1. Hipotesis Penelitian .....	30
2.3.2. Model Penelitian .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	31
3.2. Desain Penelitian .....	32
3.4. Populasi dan Sampel .....	40
3.4.1. Populasi .....	40
3.4.2. Sampel .....	40
3.5. Jenis Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.5.1. Jenis Data .....	42
3.5.2. Sumber Data .....	42
3.5.3. Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.6. Metode Analisis Data .....	43
3.6.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	43
3.6.1.1. Uji Validitas .....	43
3.6.1.2. Uji Reliabilitas .....	44
3.6.2. Uji Asumsi Klasik .....	45
3.6.2.1. Uji Normalitas .....	45
3.6.2.2. Uji Multikolinearitas .....	46
3.6.2.3. Uji Heteroskedastisitas .....	46
3.6.2.4. Uji Autokorelasi .....	47
3.6.3. Analisis Model Regresi Linear Berganda .....	48
3.6.4. Uji Hipotesis .....	49
3.6.4.1. Uji Parsial (Uji T) .....	49
3.6.4.2. Uji Simultan (Uji F) .....	50
3.6.5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	52
4.1.1. Deskriptif Data Penelitian .....	52
4.1.2. Analisis Deskriptif .....	52
4.2. Hasil Pengujian Instrumen .....	54
4.2.1. Hasil Uji Validitas .....	54
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	56
4.3. Hasil Pengujian Asumsi Klasik .....	57
4.3.1. Hasil Uji Normalitas .....	57
4.3.2. Hasil Uji Multikolinearitas .....	58
4.3.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	59
4.3.4. Hasil Uji Autokorelasi .....	60
4.4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	61

4.5. Hasil Pengujian Hipotesis .....	62
4.5.1. Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	62
4.5.2. Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	64
4.6. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	64
4.7. Pembahasan Penelitian .....	65
4.7.1. Pengaruh <i>Celebrity Endorsment</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	65
4.7.2. Pengaruh Promosi <i>Online</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	66
4.7.3. Pengaruh <i>Testimonial</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	66
4.7.4. Pengaruh <i>Celebrity Endorsment</i> (X1), Promosi <i>Online</i> (X2) dan <i>Testimonial</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1. Kesimpulan .....	70
5.2. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Waktu Penelitian .....	31
Tabel 3 2 Definisi Operasional .....	34
Tabel 3 3 Kisi – Kisi Instrumen .....	36
Tabel 3 4 Skor Kuisisioner .....	43
Tabel 3 5 Kriteria Uji Autokolerasi (Uji Durbin Waston) .....	48
Tabel 4 1 Hasil Uji Validitas Variabel X1 .....	54
Tabel 4 2 Hasil Uji Validitas Variabel X2 .....	55
Tabel 4 3 Hasil Uji Validitas Variabel X3 .....	55
Tabel 4 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	56
Tabel 4 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 4 6 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov .....	57
Tabel 4 7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	59
Tabel 4 8 Hasil Uji Autokorelasi .....	61
Tabel 4 9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	61
Tabel 4 10 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	63
Tabel 4 11 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	64
Tabel 4 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Model Penelitian .....	33
Gambar 3 1 Desain Penelitian .....	32
Gambar 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Gambar 4 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
Gambar 4 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	53
Gambar 4 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	54
Gambar 4 5 Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P Plot .....	58
Gambar 4 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pernyataan Kuisisioner .....	76
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuisisioner Variabel X1 .....	81
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuisisioner Variabel X3 .....	84
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel X3 .....	87
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuisisioner Variabel Y .....	90
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X1 .....	94
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X2 .....	95
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X3 .....	96
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y .....	97
Lampiran 10 Hasil Uji Nromalitas Kolmogrov Smirnov .....	98
Lampiran 11 Hasil Uji Normalitas Grafik P Plot .....	98
Lampiran 12 Hasil Uji Multikolinearitas .....	99
Lampiran 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	99
Lampiran 14 Hasil Uji Autokorelasi .....	100
Lampiran 15 Hasil Analisis regresi Linear Berganda .....	100
Lampiran 16 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	100
Lampiran 17 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	101
Lampiran 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	101

***THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSMENT ONLINE  
PROMOTIONS AND TESTIMONIALS ON THE DECISION TO PURCHASE  
SCARLETT WHITENING***

**Khalda Indita Luqiyarningsih<sup>1)</sup>  
Kuwat Riyanto<sup>2)</sup>**

***Abstract***

*Beauty products are products that are needed to care for or beautify a person's skin and appearance. This research aims to determine the influence of Celebrity Endorsments, Online promotions and Testimonials on purchasing decisions. This research uses a quantitative approach, which is often referred to as a positivism research method. The population and sample used in this research were 122 responden who purchased Scarlett whitening products. The results of partial hypothesis testing show that the variables Celebrity Endorsment (X1), Online promotions (X2) and Testimonials (X3) influence purchasing decisions (Y). Meanwhile, it simultaneously shows that the variables Celebrity Endorsment (X1), Online promotions (X2) and Testimonials (X3) influence purchasing decisions (Y) simultaneously.*

*Keywords: Celebrity Endorsment, Online Promotion, Testimonials, Purchase  
Decisions*

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, PROMOSI *ONLINE*, DAN  
*TESTIMONIAL* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT  
WHITENING**

**Khalda Indita Luqiyarningsih<sup>1)</sup>  
Kuwat Riyanto<sup>2)</sup>**

**ABSTRAK**

Produk kecantikan menjadi produk yang dibutuhkan untuk merawat ataupun mempercantik kulit dan penampilan seseorang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorsment*, promosi *Online* dan *Testimonial* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang sering disebut sebagai metode penelitian positivisme. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk scarlett whitening sebanyak 122 responden. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel *Celebrity Endorsment* (X1), promosi *Online* (X2) dan *Testimonial* (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa variabel *Celebrity Endorsment* (X1), promosi *Online* (X2) dan *Testimonial* (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) secara bersamaan.

Kata Kunci: *Celebrity Endorsment*, Promosi *Online*, *Testimonial*, Keputusan Pembelian