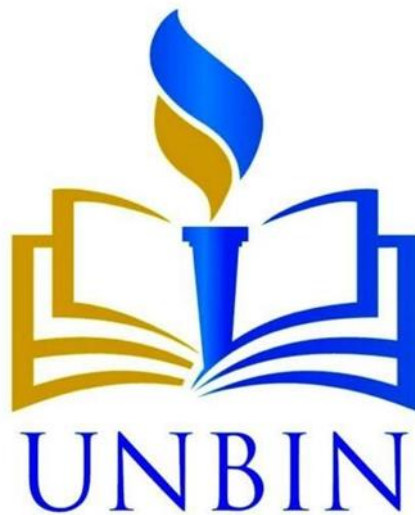


**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION PADA *SKINCARE AVOSKIN***

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS – TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR
SARJANA MANAJEMEN**



**SESILIAN RIZKI PEBRIYANTI
NPM 19200049**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

2024

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sesilian Rizki Pebriyanti
NPM : 19200049
Judul : Pengaruh *Celebrity Endorser*, dan *Brand Image*, terhadap *Purchase Intention* pada *Skincare Avoskin*

Dosen Pembimbing

Sumardjono, S.E., M.M

Dosen Penguji:

Dosen Penguji I

Dosen penguji II

Dimas Ari Darmantyo, S.Pi., M.Sc

Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak

Mengetahui:

Kerua Program Studi

DEKAN

Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M

Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, kemudahan serta kelancaran yang telah Allah berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser dan Brand Image* terhadap *Purchase Intention* pada Skincare Avoskin” skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada program studi Manajemen, Program Sarjana Universitas Binaniaga Indonesia.

Pada kesempatan dengan setulus hati peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas bantuan dan bimbingan yang diberikan.

Terutama kepada :

1. Dr. Ismulyana Djan, SE., M.M selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak selaku Wakil Rektor I Universitas Binaniaga Indonesia
3. Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom selaku Wakil Rektor II Universitas Binaniaga Indonesia
4. Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan selaku Ketua Program Studi Manajemen Univeritas Binaniaga Indonesia.
5. Sumardjono, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan serta masukan dengan sangat baik.
6. Bapak/ibu dosen serta Staf Administrasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah memberikan ilmu serta pelayanan yang sangat baik kepada peneliti.

7. Kedua orang tua, terutama kepada mamahku tercinta yang selalu memberikan dukungan melalui doa, nasihat, perhatian, cinta, dan kasih sayang yang tak terbatas, memberikan semangat yang luar biasa kepada penulis untuk mengatasi segalanya. dengan baik, saya berterima kasih atas doa, kasih sayang, serta pengorbanan yang tak pernah berhenti.
8. Teman seperjuangan Ria Irawan dan Zahra Nadhira Salsabilla, dan Vina Oktaviani terima kasih atas dukungan, serta bantuan selama pengerjaan skripsi
9. Diri saya sendiri Sesilian Rizki Pebriyanti terima kasih sudah bertahan dan semangat sejauh ini.
10. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia atas kebersamaanya selama ini.

Peneliti menyadari bahwa tidak ada ataupun karya manusia yang sempurna terutama karena terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang peneliti miliki. untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak supaya penyajian tulisan di masa yang akan datang bisa jauh lebih baik lagi.

Penulis berharap semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan, wawasan bagi pembaca

Bogor, November 2024

Sesilian Rizki Pebriyanti

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR TABEL..... | vi |
| DAFTAR GAMBAR..... | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | ix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 19 |
| C. Batasan Masalah..... | 20 |
| D. Rumusan Masalah..... | 20 |
| E. Tujuan Penelitian..... | 20 |
| F. Manfaat Penelitian..... | 21 |
| G. Sistematika Penulisan..... | 22 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 23 |
| A. Kajian Teori..... | 23 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 44 |
| C. Kerangka Pemikiran..... | 55 |
| D. Hipotesis Penelitian..... | 56 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 59 |
| A. Metode Penelitian..... | 59 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 60 |
| C. Variabel Penelitian..... | 60 |
| D. Operasional Variabel..... | 61 |
| E. Populasi dan Sampel..... | 63 |
| F. Jenis dan Sumber Data..... | 65 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 68 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 74 |
| A. Sejarah Perusahaan..... | 74 |
| B. Pembahasan..... | 77 |

| | |
|---|------------|
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 114 |
| A. Kesimpulan..... | 114 |
| B. Saran | 114 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 118 |
| LAMPIRAN..... | 124 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1 Prasurvey Variabel Purchase Intention..... | 9 |
| Tabel 2 Prasurvey Variabel Brand Image | 13 |
| Tabel 3 Perbandingan harga Skincare Lokal..... | 14 |
| Tabel 4 Prasurvey Variabel Celebrity Endorser | 17 |
| Tabel 5 Penelitian Terdahulu | 44 |
| Tabel 6 Operasional Variabel..... | 61 |
| Tabel 7 Skala Likert | 66 |
| Tabel 8 Penilaian Interval Kelas | 68 |
| Tabel 9 Ringkasan Pedoman Umum Evaluasi Model Pengukuran Struktural | 73 |
| Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 77 |
| Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia | 78 |
| Tabel 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 78 |
| Tabel 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan | 79 |
| Tabel 14 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili | 80 |
| Tabel 15 Distribusi Frekuensi Purchase Intention PI1 | 81 |
| Tabel 16 Distribusi Frekuensi Purchase Intention PI2 | 82 |
| Tabel 17 Distribusi Frekuensi Purchase Intention PI3 | 82 |
| Tabel 18 Distribusi Frekuensi Purchase Intention PI4 | 83 |
| Tabel 19 Distribusi Frekuensi Purchase Intention PI5 | 84 |
| Tabel 20 Distribusi Frekuensi Purchase Intention PI6 | 84 |
| Tabel 21 Distribusi Frekuensi Purchase Intention PI7 | 85 |
| Tabel 22 Distribusi Frekuensi Purchase Intention PI8 | 86 |
| Tabel 23 Distribusi Frekuensi Purchase Intention PI9 | 86 |
| Tabel 24 Distribusi Frekuensi Purchase Intention PI10 | 87 |
| Tabel 25 Distribusi Frekuensi Purchase Intention PI11 | 88 |
| Tabel 26 Distribusi Frekuensi Purchase Intention PI12 | 88 |
| Tabel 27 Distribusi Frekuensi Celebrity Endorser CE1 | 89 |
| Tabel 28 Distribusi Frekuensi Celebrity Endorser CE2 | 90 |
| Tabel 29 Distribusi Frekuensi Celebrity Endorser CE3 | 90 |

| | |
|--|-----|
| Tabel 30 Distribusi Frekuensi Celebrity Endorser CE4..... | 91 |
| Tabel 31 Distribusi Frekuensi Celebrity Endorser CE5..... | 92 |
| Tabel 32 Distribusi Frekuensi Celebrity Endorser CE6..... | 92 |
| Tabel 33 Distribusi Frekuensi Celebrity Endorser CE7..... | 93 |
| Tabel 34 Distribusi Frekuensi Celebrity Endorser CE8..... | 94 |
| Tabel 35 Distribusi Frekuensi Celebrity Endorser CE9..... | 94 |
| Tabel 36 Distribusi Frekuensi Brand Image BI1..... | 95 |
| Tabel 37 Distribusi Frekuensi Brand Image BI2..... | 96 |
| Tabel 38 Distribusi Frekuensi Brand Image BI3..... | 96 |
| Tabel 39 Distribusi Frekuensi Brand Image BI4..... | 97 |
| Tabel 40 Distribusi Frekuensi Brand Image BI5..... | 98 |
| Tabel 41 Distribusi Frekuensi Brand Image BI6..... | 98 |
| Tabel 42 Distribusi Frekuensi Brand Image BI7..... | 99 |
| Tabel 43 Distribusi Frekuensi Brand Image BI8..... | 100 |
| Tabel 44 Distribusi Frekuensi Brand Image BI9..... | 100 |
| Tabel 45 Hasil <i>Loading Factor</i> | 102 |
| Tabel 46 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 104 |
| Tabel 47 Nilai <i>Cross Loading</i> | 105 |
| Tabel 48 Hasil Uji <i>Reliabilitas</i> | 106 |
| Tabel 49 Hasil Uji <i>R-Square</i> | 107 |
| Tabel 50 Hasil Uji Hipotesis | 109 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 1 Produk Skincare Avoskin..... | 3 |
| Gambar 2 Brand Skincare Terlaris di <i>E-Commerce</i> | 4 |
| Gambar 3 Kerangka Pemikiran..... | 55 |
| Gambar 4 <i>Inner Model</i> | 71 |
| Gambar 5 Logo Avoskin | 76 |
| Gambar 6 Hasil Pengujian <i>Outer Loading</i> | 102 |
| Gambar 7 Hasil Uji Hipotesis | 108 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 125 |
| Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data Mentah..... | 126 |
| Lampiran 3 Hasil <i>Outer Loadings</i> | 126 |
| Lampiran 4 Hasil <i>Discriminant Validity</i> | 126 |
| Lampiran 5 Hasil <i>Construct Reliability and Validity</i> | 126 |
| Lampiran 6 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i> | 126 |