

**TPENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Konsumen Shampo Clear Sachet di Kota Semarang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang



Disusun Oleh :

Nama : Febriya Rizki Arfian

Nim : 16.05.51.0244

Program Studi : S.1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS STIKUBANK

SEMARANG

2020

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran dengan judul :

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada Konsumen Shampo Clear Sachet di Kota Semarang)

Oleh :

Febriya Rizki Arfian

16.05.51.0244

S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

Semarang, 28 Juli 2020

Dosen Pembimbing

(Dr. Euis Sollha, S.E., M.Si.)
NIDN : 0027037101

HALAMAN PENGESAHAN



Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Konsumen Shampo Clear Sachet di Kota Semarang)**

Disusun oleh :

Nama : Febriya Rizki Arfian
NIM : 16.05.51.0244
Program Studi : S.1 Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendarasan Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal :

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing
(Menangkap Penguji I)

(Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si.)

NIDN : 0027037101

Penguji II

(Prof. Dr. M. S. Eric Santoso, MBA.)

NIDN : 000810521

Penguji III

(Bambang Sutredjo, DRS., M.M.)

NIDN : 0628036101

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



(Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si.)

NIDN : 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Febriya Rizki Arfian

Nim : 16.05.51.0244

Program Studi : S.1 Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul : **PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Shampo Clear Sachet di Kota Semarang)** tidak terdapat keseluruhan atau meniru dalam rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi saya ini.

Semarang, 28 Juli 2020

Yang menyatakan



(Febriya Rizki Arfian)

MOTTO:

“JADILAH MANUSIA YANG BERGUNA DAN BERMANFAAT BAGI KELUARGA
DAN SEKITARMU”

-Penulis-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan rahmat, kemudahan serta kelancaran dalam proses menyelesaikan skripsi. Selain itu penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Keluarga yang telah mendukung, mendoakan selalu dan memberi fasilitas kepada penulis untuk proses menyelesaikan skripsi
2. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dengan sabar, teliti dan baik
3. Kekasih yang sabar serta membantu, memberi semangat dan mendukung kepada penulis untuk proses menyelesaikan skripsi
4. Teman-teman seperjuangan yang telah membantu dan mendukung kepada penulis untuk proses menyelesaikan skripsi

Semarang, 28 Juli 2020

Penulis



(Febriya Rizki Arfian)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui tentang : (1) pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian pada shampo clear di kota semarang (2) pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada shampo clear di kota semarang. Penelitian ini bersifat penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen shampo clear di kota semarang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, serta teknis analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan mengenai *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian dengan nilai KMO (Keiser-Mayer-Olkin) sebesar 0,779, nilai Cronbach Alpha 0,812, nilai t hitung sebesar 4,926 dan Sig hitung sebesar 0,000 (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan mengenai persepsi harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai KMO (Keiser-Mayer-Olkin) sebesar 0,773, nilai Cronbach Alpha 0,748, nilai t hitung sebesar 3,555 dan Sig hitung sebesar 0,001

Kata kunci : *celebrity endorser, persepsi harga, keputusan pembelian.*

ABSTRACT

The purpose of this research was to found analyze and influence : (1) the effect of celebrity endorser on purchasing decisions on clear shampoo in Semarang (2) the effect of price perception on purchasing decisions on shampoo clear in Semarang city. This research is quantitative research. The population in this study were consumers of clear shampoo in Semarang. The sampling technique in this study used a purposive sampling method with a total sample of 100 people. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability, as well as technical data analysis using multiple linear regression.

The results showed that (1) there was a positive and significant influence on celebrity endorsers for purchasing decisions with a KMO (Keizer-Mayer-Olkin) value of 0.779, Cronbach Alpha value of 0.812, a t-value of 4.926 and a Sig of 0.000 (2) contained positive and significant influence on price perception of purchasing decisions with KMO (Keizer-Mayer-Olkin) value of 0.773, Cronbach Alpha value of 0.748, t value of 3.555 and Sig calculated of 0.001.

Keywords : celebrity endorser,persepsi harga,keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Shampo Clear Sachet di Kota Semarang)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses menyelesaikan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang
2. Ibu Sri Sudarsi, S.E., M.Si., selaku ketua program studi manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang
3. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing proses penyelesaian skripsi ini
4. Seluruh dosen, karyawan, dan staff Universitas Stikubank Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta bantuan yang bermanfaat
5. Orang tua dan keluarga yang senantiasa mendoakan dan memberi bantuan serta semangat sehingga terselesaikannya skripsi ini

6. Kekasih yang sabar serta membantu, memberi semangat dan mendukung kepada penulis untuk proses menyelesaikan skripsi
7. Semua teman seperjuangan yang telah membantu, memberi informasi dan semangat kepada penulis

Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman dalam penulisan skripsi ini. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa maupun mahasiswi Universitas Stikubank Semarang serta pihak lain yang membutuhkan.

Semarang, 28 juli 2020

Penulis



(Febriya Rizki Arfian)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Masalah.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	8

2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian	9
2.1.3 <i>Celebrity Endorser</i>	10
2.1.4 Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	11
2.1.5 Pengertian Persepsi Harga	13
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	14
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	20
2.3.1 Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> dengan Keputusan Pembelian	20
2.3.2 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	21
2.4 Model Penelitian	22
2.4.1 Model Grafis	22
2.4.2 Model Matematis	23
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Populasi dan Sampel	24
3.1.1 Populasi.....	24
3.1.2 Sampel	24
3.1.3 Teknik Pengambilan sampel.....	26
3.2 Jenis Data dan Sumber Data	26
3.2.1 Data Primer	26
3.2.2 Data Sekunder	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.4 Definisi Konsep dan Oprasional	28
3.4.1 Definisi Konsep.....	28
3.4.2 Definisi Oprasional	28
3.5 Rencana Analisis	29

3.5.1 Analisis Deskriptif.....	29
3.5.1.1 Deskripsi Variabel.....	30
3.5.1.2 Deskripsi Responden.....	30
3.5.2 Uji Instrumen	30
3.5.2.1 Uji Validitas	30
3.5.2.2. Uji Reabilitas	31
3.5.3 Uji Regresi	32
3.5.3.1 Uji Goodnes Of Fit Model.....	32
3.5.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	32
3.5.3.3 Uji Hipotesis (Uji T)	33
3.5.4 Metode Analisis Data	33
3.5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	33

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden Dan Variabel Penelitian	32
4.1.1 Deskripsi Responden Penelitian.....	33
4.2 Deskripsi Variabel.....	36
4.3 Uji Instrumen	39
4.3.1 Uji Validitas	39
4.3.2 Uji Reliabilitas	40
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	41
4.5 Uji Model	42
4.5.1 Uji (F)	42
4.5.2 Uji Determinasi (R ²).....	42
4.5.3 Uji Hipotesis	43
4.6 Pembahasan	44
4.6.1 Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan	

Pembelian	44
4.6.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan	
Pembelian	46
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN IMPLIKASI	
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	48
5.3 Implikasi Penelitian	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Indikator.....	28
Tabel 4.1 Haisil Rekap Kuesioner.....	33
Tabel 4.2 Deskripsi Responden.....	33
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel.....	36
Tabel 4.4 Uji Validitas.....	39
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	41
Tabel 4.7 Hasil Determinasi (R^2)	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	22
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Identitas Responden dan Tabulasi Data

Lampiran 3 Frekuensi

Lampiran 4 Uji Validitas

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Uji Model Regresi

Lampiran 7 Lembar Konsultasi dan Bimbingan

Lampiran 8 Hasil Turnitin