

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RATING*,
BRAND IMAGE, DAN *CELEBRITY ENDORSMENT*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
*SCARLETT WHITENING***

(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen**



**Disusun Oleh:
Julia Asfahani Weldana Frosta
20022000273**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2024

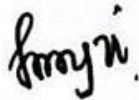
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Julia Asfahani Weldana Frosta
Nomor Pokok : 20022000273
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Study : SI Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Customer rating*, *Brand Image*, dan *Celebrity Endorsment* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)

Malang, Februari 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Irany Windhyastiti, SE.,MM.

Dosen Pembimbing



Dr. Syaiful Arifin, S.E., M.Si.

Dekan



Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. H. Fajar Supanto, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

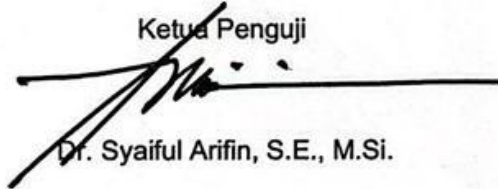
ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RATING*, *BRAND IMAGE*, DAN
CELEBRITY ENDORSMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SCARLETT WHITENING (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS
MERDEKA MALANG)

Dipersiapkan dan disusun oleh :
JULIA ASFAHANI WELDANA FROSTA
20022000273

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal, 23 Februari 2024

Susunan Dewan Penguji

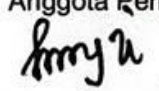
Ketua Penguji


Dr. Syaiful Arifin, S.E., M.Si.

Sekretaris Penguji


Drs. Priyo Sudibyo, M.Si.

Anggota Penguji


Irany Windyastiti, S.E., M.M.

**Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis**



Malang, 23 Februari 2024
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang
Prof. Dr. H. Fajar Supanto, M.Si.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Julia Asfahani Weldana Frosta
NIM : 20022000273
Program Studi : S1 Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Customer Rating*, *Brand Image*,
dan *Celebrity Endorsment* terhadap Keputusan
Pembelian Produk *Scarlett Whitening* (Studi Kasus
Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)
Lokasi yang diteliti : Kota Malang
Alamat Rumah Asli : Jl. Setiabudi No. 16 ART 002 RW 004, Klojen, Kota
Malang
No. Telp : +62 852-3244-2889

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi, maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 23 Februari 2024



Julia Asfahani Weldana Frosta

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Julia Asfahani Weldana Frosta

Nomor Pokok : 20022000273

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Tempat dan Tanggal Lahir : Malang, 26 Juli 2001

Alamat : Jl. Setiabudi No. 16 A RT 002 RW 004, Klojen, Kota
Malang

Nama Orang Tua (Ayah) : Kahar
(Ibu) : Ratnawati

Riwayat Pendidikan :

2007 – 2013 : SD Negeri Karamian 1

2013 – 2016 : MTs DDI Karamian

2016 – 2019 : SMK Shalahuddin 1 Malang

2020 – 2024 : S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas limpahan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Pengaruh *Customer Rating, Brand Image, Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Merdeka Malang)***". Sholawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Rasulullah SAW yang telah membawa pada zaman saat ini.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. **Prof. Dr Anwar Sanusi, SE., M.si** selaku Rektor Universitas Merdeka Malang.
2. **Prof. Dr. H. Fajar Supanto, SE., M.Si** selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Ibu **Irany Windhyastiti, SE.,MM** selaku ketua program studi manajemen Universitas Merdeka Malang.
4. Bapak **Dr. Syaiful Arifin, S.E., M.Si** selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas bimbingannya yang selalu sabar dan meluangkan waktunya di sela-sela kesibukan nya. Menjadi salah satu mahasiswa bimbingannya merupakan nikmat yang sampai saat ini selalu saya syukuri, semoga jerih payah bapak terbayarkan dan selalu dilimpahkan kesehatan dan rezeki.
5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang yang telah banyak memberi ilmu, pengetahuan, pengalaman yang

sangat berkesan selama masa perkuliahan.

6. Terima kasih yang sebesar besarnya dari hati yang tulus kepada cinta pertama saya sosok yang sangat menginspirasi yaitu Ayahanda tersayang Alm. Kahar dan Ibunda tercinta Ratnawati wanita yang sangat hebat dalam hidup penulis sudah berjuang dan memberikan dukungan moril, materi serta curahan doa yang tak pernah lepas dalam sholatnya demi keberhasilan anaknya dalam mengenyam pendidikan sampai menjadi sarjana.
7. Terima kasih kepada kakak-kakak tercinta Eko Sanjaya, Aria Pranata Manggala, S.Pd., Gr, Tri Juniyanti Weldana Frosta, S.Pd dan adik tercinta Sasi kirana Meidiandra Weldana Frosta. Selaku saudara kandung penulis yang telah menjadi motivasi dan tak henti-hentinya memberikan dukungan, semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada Tri Juniyanti Weldana Frosta, S.Pd yang telah berkontribusi banyak dalam karya tulis ini, baik tenaga maupun waktu sehingga bisa selesai tepat waktu. Terima kasih sudah menjadi saudara yang menjadi pelengkap untuk kekurangan penulis. Semoga kebaikanmu menjadi pahala.
9. Terima kasih untuk sahabat dekat saya Risa Afianti, S.T, Wahidin Abdi, Ayu Azhari, Serly Geby Ifanca, Marwa Arafah, dan Andi Nurhikmahwati Rachman, S.E yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam masa penulisan skripsi ini.
10. Terima kasih juga untuk teman-teman sekelas yang selalu memberikan semangat dan kebahagiaan dalam masa perkuliahan.
11. Terima kasih untuk sahabat seperjuangan M Dian Prasetyo dan Arwidia Noerkhalista Pramesti yang sudah mampu dan berjuang sampai titik ini.

12. Terima kasih untuk semua pihak yang telah menemani, menyemangati, ataupun membantu dalam proses menyelesaikan karya tulis ini yang mungkin belum sempat penulis sebutkan satu persatu.
13. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri, karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini serta bertahan sampai di titik ini.

Penulis tentu menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan di dalamnya untuk itu penulis memohon maaf sebesar-besarnya dan mengharapkan kritik beserta saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini baik, untuk masa kini maupun masa yang akan datang.

Malang, 23 Februari 2024

Penulis,

Julia Asfahani Weldana Frosta
NIM. 20022000273

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II : LANDASAN TEORI	10
A. Teori yang Melandasi Penelitian dan Hasil Penelitian Terdahulu... 10	
B. Pengembangan Hipotesis	28
BAB III : METODE PENELITIAN	30
A. Definisi Operasional Variabel	30
B. Lingkup Penelitian	32

C. Lokasi Penelitian	32
D. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	32
E. Jenis Data dan Sumber Data	34
F. Teknik Pengumpulan Data	34
G. Teknik Analisis Data	35
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN ...	43
A. Hasil Penelitian	43
B. Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
C. Keterbatasan Penelitian	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Produk <i>Scarlett Whitening</i>	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. Operasional Variabel	31
Tabel 4. Keterangan Skala Likert	32
Tabel 5. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 6. Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	44
Tabel 7. Jumlah Responden Berdasarkan Fakultas	45
Tabel 8. Jumlah Responden yang Mengetahui Produk	45
Tabel 9. Jumlah Responden Sebagai Pengguna Tetap Produk	46
Tabel 10. Hasil Uji Validitas	47
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel <i>Customer Rating</i>	49
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Image</i>	52
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel <i>Celebrity Endorsment</i>	54
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 16. Hasil Analisis Deskriptif	58
Tabel 17. Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 18. Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 19. Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 20. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	62
Tabel 21. Hasil Uji Simultan (Uji F)	64
Tabel 22. Hasil Uji Parsial (Uji-t)	66
Tabel 23. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	28
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian	78
Lampiran 2. Data Karakteristik Responden Penelitian	81
Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian Variabel <i>Customer Rating</i> (X1)	87
Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	89
Lampiran 5. Tabulasi Data Penelitian Variabel <i>Celebrity Endorsment</i> (X3)	92
Lampiran 6. Tabulasi Data Penelitian Variabel Keputusan Pembelian (Y)	95
Lampiran 7. Hasil Output Uji <i>SPSS</i>	98
Lampiran 8. Daftar Titik Presentasi Distribusi Tabel r, t, dan F	105
Lampiran 9. Berita Acara Bimbingan Skripsi	108
Lampiran 10. Berita Acara Perbaikan Skripsi	109
Lampiran 11. Hasil Cek Plagiasi	110
Lampiran 12. Hasil Cek <i>Similarity Turnitin iThenticate</i>	111

ABSTRAK

Scarlett Whitening by Felicya Angelista merupakan salah satu produk perawatan kulit dan wajah yang banyak diminati oleh konsumen karena harganya yang terjangkau dengan kualitas produk yang terbilang baik. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *customer rating*, *brand image*, dan *celebrity endorsment* baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening* oleh konsumen di kalangan mahasiswa Universitas Merdeka Malang. Pada kasus ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif melalui teknik *purposive sampling* yang merupakan jenis dari metode *non-probability sampling*. Pengambilan data penelitian menggunakan kuisioner yang dibagikan melalui *google form* kepada 100 responden sebagai sampel dari penelitian ini. Pemilihan sampel penelitian dibatasi pada mahasiswa aktif Universitas Merdeka Malang yang mengetahui atau pengguna tetap produk *Scarlett Whitening*. Kemudian, data penelitian akan diolah menggunakan *software* SPSS versi 26 untuk melakukan analisis uji instrumen, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *customer rating*, *brand image*, dan *celebrity endorsment* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan hal itu, secara parsial *brand image* dan *celebrity endorsment* juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, *customer rating* secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *celebrity endorsment*, *brand image*, *customer rating*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Scarlett Whitening by Felicya Angelista is a skin and facial care product that is in great demand by consumers because the price is affordable and the product quality is comparatively good. The purpose of this research is to determine the influence of customer rating, brand image, and celebrity endorsment, both simultaneously and partially, on the decision to purchase Scarlett Whitening products by consumers among the students at University of Merdeka Malang. In this case, the researcher used quantitative research by means of a purposive sampling technique, which is a type of non-probability sampling method. The research data was collected using a questionnaire distributed via google form to 100 respondents as samples for this research. The selection of research samples was limited to the active students at University of Merdeka Malang who knew or were regular users of Scarlett Whitening products. Then, the research data will be processed using SPSS version 26 software to carry out instrument test analysis, descriptive analysis, classical assumption test, multiple linier regression analysis, and hypotesis testing. The results of this research show that simultaneously customer rating, brand image, and celebrity endorsment have a positive and significant influence on purchasing decisions. In line with this, partially brand image and celebrity endorsment also have a positive and significant influence on purchasing decision. Meanwhile, customer rating partiactlly does not have a significant influence on purchasing decisions.

Kata Kunci: celebrity endorsment, brand image, customer rating, purchasing decision.