

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
CELEBRITY ENDORS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
MAKE OVER DI KOTA KUPANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen



OLEH:

MARIA APRILIANI SUNDARI

NIM: 32117052

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2021**

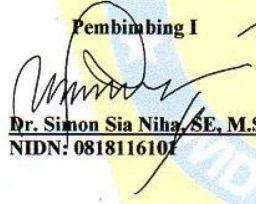
LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
CELEBRITY ENDORS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
MAKE OVER DI KOTA KUPANG

Yang diajukan oleh:

Nama : Maria Apriliani Sundari
Nim : 321 17052
Jurusan : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Telah disetujui oleh Tim Pembimbing Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Pembimbing I


Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si
NIDN: 0818116101

Pembimbing II


Rosadahlma Tisu, SE, MM
NIDN: 0825078305

Kupang,2021

Ketua Program Studi Manajemen


Rosadahlma Tisu, SE, MM
NIDN: 0825078305

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Kamis, 11 November 2021
Jam : 08.00 – 10.00 Wita
Tempat : *Conference Room*
Atas Nama : Maria Apriliani Sundari
Nomor Registrasi : 321 17052
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

- | | | |
|----------------|--------------------------------|---------|
| 1. Ketua | : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si | (.....) |
| 2. Sekretaris | : Rosadalima Tisu, SE, MM | (.....) |
| 3. Penguji I | : Jou Sewa Adrianus, SE, MM | (.....) |
| 4. Penguji II | : Maria A. L. Amaral, SE, MM | (.....) |
| 5. Penguji III | : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si | (.....) |

MENGETAHUI

**Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis**

Jou Sewa Adrianus, SE, MM
NIDN : 0809055901

**Ketua
Program Studi Manajemen**

Rosadalima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Dalam tiap jerih payah ada keuntungan, tetapi kata-kata belaka mendatangkan kekurangan saja”

(Amsal 14:23)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tua Bapak Paulus Pada dan Mama Marselina Imbut yang selalu memberikan dukungan doa dan kasih sayang

ABSTRAK

Maria Apriliani Sundari (32117052) dengan judul Penelitian “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan *Celebrity Endors* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over di Kota Kupang**”. Di bawah bimbingan Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M. Si sebagai pembimbing I dan Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM. sebagai pembimbing II.

Data penjualan produk kosmetik *Make Over* selama lima tahun terakhir periode 2016 - 2020 mengalami penurunan tiap tahun. Hal tersebut dikarenakan adanya beberapa produk yang kurang disukai oleh konsumen. Selain itu, tingginya harga untuk paket produk yang ditawarkan kepada konsumen serta adanya kasus yang menjerat artis yang menjadi *endors* produk kosmetik kenamaan ini juga turut menurunkan citra serta mempengaruhi pula capaian penjualan produk. Adapun tujuan dalam penelitian ini yakni untuk mengetahui: *pertama* persepsi responden tentang kualitas produk, harga, *celebrity endors* dan gambaran keputusan pembelian pada produk kosmetik *Make Over* di Kota Kupang, *kedua* signifikansi pengaruh kualitas produk, harga dan *celebrity endors* secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik *Make Over* di Kota Kupang, dan *ketiga* signifikansi pengaruh kualitas produk, harga dan *celebrity endors* secara simultan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik *Make Over* di Kota Kupang.

Hasil analisis data diperoleh bahwa persepsi konsumen tentang kualitas produk, harga produk, dan penggunaan *Celebrity Endors* adalah baik. Secara parsial, variabel Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan variabel Harga dan *Celebrity Endors* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari hasil uji parsial (uji t) untuk variabel Kualitas Produk menunjukkan signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ (5%) yang artinya Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), sedangkan nilai signifikansi variabel Harga (X2) adalah sebesar 0.062 dan *Celebrity Endors* (X3) adalah sebesar $0.112 < 0.05$ (5%), yang artinya kedua variabel tersebut berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu, secara simultan, variabel Kualitas Produk, Harga, dan *Celebrity Endors* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dimana tingkat signifikansi nilai F hitung $0.000 < 0,05$ (5%). Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan besaran pengaruh variabel Kualitas Produk, Harga, dan *Celebrity Endors* terhadap Keputusan Pembelian adalah 58.40%. Sedangkan 41.50% lainnya, dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Saran hasil analisis penelitian ini, diharapkan agar pihak perusahaan menjaga kualitas produk yang dimiliki sehingga tetap mendapat tempat di hati para konsumen, mempertimbangkan harga yang ditawarkan kepada konsumen dengan memperhatikan kondisi ekonomi saat ini, serta mempertimbangkan pemilihan *Celebrity Endors* dengan image yang positif dan dikenal luas oleh masyarakat utamanya di Kota Kupang.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Harga, *Celebrity Endors*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas ahir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Celebrity endors Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over di Kota Kupang” diajukan guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan, masukan dan semangat dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan limpah terima kasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang beserta staf, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Bapak Jou Sewa Andianus, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, sekaligus Penguji I yang telah memberikan masukan, kritik saran dalam penyempurnaan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku ketua program studi sekaligus dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan telah meluangkan waktu kepada penulis dari awal hingga selesainya tugas akhir ini.

4. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M. Si selaku dosen Pembimbing I yang memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan keluangan waktu kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
5. Ibu Maria B. M. G. Wutun, S.E, M. M selaku sekretaris jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan kesempatan, motivasi dan masukan yang sangat membantu.
6. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan banyak ilmu dan ,masukan dalam perkuliahan sehingga menjadi sangat berguna dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini.
7. Pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis dan seluruh Civitas Akademik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
8. Orang tua yang selalu memberi dukungan doa, spiritual dan materi dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang membantu penelitian sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang penulis miliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari harapan kita semua. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan tulisan ini sangat penulis harapkan.

Kupang, Desember 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Masalah Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Manajemen Pemasaran	12
B. Keputusan Pembelian.....	15
C. Kualitas Produk.....	19
D. Harga.....	23
E. <i>Celebrity Endors</i>	28

F. Penelitian Terdahulu	31
G. Kerangka Berpikir.....	34
H. Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
B. Populasi dan Sampel.....	37
C. Jenis Data.....	38
D. Metode Pengumpulan Data.....	69
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran	40
F. Uji Instrumen	41
G. Metode Analisis Data.....	43
1. Analisis Deskripif.....	43
2. Analisis Statistik Inferensial.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Produk Penelitian	50
B. Hasil Analisis Data.....	52
C. Hasil Uji Kuesioner.....	55
D. Analisis data.....	59
E. Pembahasan.....	76
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik <i>Make Over</i> di Kota Kupang	76
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik <i>Make Over</i> di Kota Kupang.....	79
3. Pengaruh <i>Celebrity Endors</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik <i>Make Over</i> di Kota Kupang	81

BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

	Halalaman
Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Penjualan Pada Kosmetik Make Over di Indonesia Tahun 2016-2020	5
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Produk Kosmetik di Indonesia.....	7
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator, dan Skala Pengukuran	40
Tabel 4.1 Produk Turunan Make Over	51
Tabel 4.2 Karakteristik Respondent Berdasarkan Usia Responden.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Respondent Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan	53
Tabel 4.4 Karakteristik Respondent Berdasarkan Latar Belakang Pekerjaan...	54
Tabel 4.5 Karakteristik Respondent Berdasarkan Besaran Pendapatan.....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Item Kuisisioner (X1)	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Item Kuisisioner (X2)	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Item Kuisisioner (X3)	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Item Kuisisioner (Y)	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas	59
Tabel 4.11 Kategori Gambaran Kualitas Produk (X1)	60
Tabel 4.12 Kategori Gambaran Harga (X2).....	61
Tabel 4.13 Kategori Gambaran Celebrity Endors (X3)	62
Tabel 4.14 Kategori Gambaran Keputusan Pembelian (Y)	63
Tabel 4.15 Uji Linearitas Keputusan Pembelian Terhadap Kualitas Produk.....	66
Tabel 4.16 Uji Linearitas Keputusan Pembelian Terhadap Harga.....	66
Tabel 4.17 Uji Linearitas Keputusan Pembelian Terhadap Celebrity Endors	66
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68

Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.20 Hasil Parsial (Uji t)	73

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	36
---	----

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 4.1 Grafik P-Plot Uji Normalitas	64
Grafik 4.2 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Responden.....	99
Lampiran 3 Corelation	108
Lampiran 4 Hasil Uji Statistik Reliabilitas	111
Lampiran 5 Histogram dan P-Plot Normalitas.....	113
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi	114
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas	115
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot.....	116
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	117
Lampiran 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	118