

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *CELEBRITY*  
*ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK ERIGO OLEH MAHASISWA UNIVERSITAS  
BUNG HATTA**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung  
Hatta

**Oleh:**

**VIOLA DWI RAHMATIKA**

**1810011211171**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
PADANG  
2022**

## LEMBAR PENGESAHAN

### TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Viola Dwi Rahmatika

Npm : 1810011211171

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Oleh Mahasiswa Universitas Bung Hatta

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada hari Kamis, 21 Juli 2022.

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

Linda Wati SE., M. Si



Dj. Erni Febrina Harahap, SE.,M.Si

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 29 Juli 2022

Viola Dwi Rahmatika

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO OLEH MAHASISWA  
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

**Viola Dwi Rahmatika<sup>1)</sup>, Linda Wati<sup>2)</sup>**

**Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta**

E-mail: [violadwirahmatika@gmail.com](mailto:violadwirahmatika@gmail.com), [lindawati@bunghatta.ac.id](mailto:lindawati@bunghatta.ac.id)

***Abstrak.***

*Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan keputusan Mahasiswa Universitas Bung Hatta untuk membeli produk Erigo. Studi empiris ini dilakukan untuk menganalisis hubungan brand image dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian pada produk Erigo. Teknik analisis kuantitatif digunakan untuk menguji dua hipotesis melalui survei yang menggunakan skala likert lima poin. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Data diperoleh dari 100 orang responden yang sudah pernah membeli produk Erigo. Kuesioner disebarakan secara online dengan menggunakan google form. Pengaruh antara faktor-faktor penentu dianalisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan celebrity endorser juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.*

***Kata Kunci:*** Brand Image, Celebrity Endorser, Keputusan Pembelian

***Abstract.***

*This study aims to prove the decision of Bung Hatta University Students to buy Erigo products. This empirical study was conducted to analyze the relationship between brand image and celebrity endorser on purchasing decisions on Erigo products. Quantitative analysis techniques were used to test two hypotheses through a survey using a five-point Likert scale. The sampling technique in this research is purposive sampling. Data were obtained from 100 respondents who had bought Erigo products. Questionnaires were distributed online using a google form. The influence between the determinants was analyzed using SPSS. The results show that brand image has a positive effect on purchasing decisions and celebrity endorsers also have a positive effect on purchasing decisions.*

***Keywords:*** Brand Image, Celebrity Endorser, Purchase Decision

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN .....	iv
<i>Abstrak</i> .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	7
2.1.2 <i>Brand Image</i> .....	10
2.1.3 <i>Celebrity Endorser</i> .....	11
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	13
2.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	13
2.2.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	13
2.3 Kerangka Konseptual.....	14
BAB III.....	15
METODE PENELITIAN .....	15
3.1 Populasi dan Sampel.....	15
3.1.1 Populasi .....	15
3.1.2 Sampel .....	15

3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.3 Definisi Operasional .....	16
3.3.1 Variabel Dependen.....	16
3.3.2 Variabel Independen.....	16
3.4 Pengukuran Instrumen .....	18
3.5 Teknik Analisis Data .....	18
3.5.1 Uji Instrumen .....	18
1. Uji Validitas.....	18
2. Uji Reliabilitas .....	19
3.5.2 Statistik Deskriptif.....	20
3.5.3 Analisis Model Regresi Linear Berganda.....	20
3.5.4 Uji Hipotesis .....	21
BAB IV .....	22
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN .....	22
4.1 Demografis Responden.....	22
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian .....	24
4.2.1 Hasil Pengujian Validitas .....	24
4.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	28
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	28
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	30
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t-statistik) .....	31
4.6 Pembahasan.....	32
4.6.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Oleh Mahasiswa Universitas Bung Hatta.....	32
4.6.2 Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian .....	33
Produk Erigo Oleh Mahasiswa Universitas Bung Hatta .....	33
BAB V .....	35
PENUTUP .....	35
5.1 Kesimpulan.....	35
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	35
5.3 Saran .....	35
DAFTAR PUSTAKA .....	37

LAMPIRAN .....	40
Lampiran 1 .....	40
Lampiran 2 .....	44
Lampiran 3 .....	45
Lampiran 4 .....	51
Lampiran 5 .....	52

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Fenomena Keputusan Pembelian Pada Produk Erigo .....	4
Tabel 3.5 Nilai Factor Loading .....	19
Tabel 4.1 Prosedur Penyebaran Kuesioner .....	22
Tabel 4.2 Identitas Umum Responden .....	23
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	25
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Brand Image .....	26
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Celebrity Endorser .....	27
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	28
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	29
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	30



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 .....	3
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	14