

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*  
DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI PADA  
PRODUK *SKINCARE* MERK SCARLETT**

**TUGAS AKHIR**

**Adinda Ceysa Ramadhanti**

**193402516005**



**PROGAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2023**

**Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Pada Produk *Skincare* Merk Scarlett**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

**Adinda Ceysa Ramadhanti**

**193402516005**



**PROGAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*  
DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI PADA  
PRODUK *SKINCARE* MERK SCARLETT**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta,



Adinda Ceyra Ramadhanti

193402516005

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK SKINCARE MERK SCARLETT**

Nama Mahasiswa : **ADINDA CEYSA RAMADHANTI**

Nomor Pokok : **193402516005**

Progam Studi : **Manajemen**



Jakarta, 23 November 2022

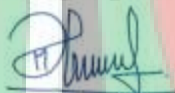
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK SKINCARE MERK SCARLETT**

Nama Mahasiswa : **ADINDA CEYSA RAMADHANTI**  
Nomor Pokok : **193402516005**  
Program Studi : **MANAJEMEN**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nasional

Menyetujui  
Pembimbing Tugas Akhir,

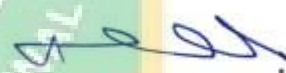
  
(Dr. Muhanat, S.E., M.Si.M)

Ketua Penguji,



(Dr. Irma Setyawati S, SE., MM.)

Anggota / Penguji,



(Dr. Sugito Efendi, S.E., M.Si.)

Mengetahui

Dekan,


(Kumba Digdowiseiso, SE., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta,...

Tanggal Lulus ..... 2023

## ABSTRAK

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE* DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK *SKINCARE* MERK SCARLETT

Oleh :

Adinda Ceysa Ramadhanti

NPM : 193402516005

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Ibu Dr. Muhani, S.E.,M.Si.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, brand image dan celebrity endorser secara parsial terhadap minat beli pada produk scarlett. Data penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner kepada 100 responden dibantu dengan menggunakan aplikasi program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 23.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel : kualitas produk (X1) tidak berpengaruh terhadap minat beli, persepsi harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, *brand image* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan *celebrity endorser* (X4) tidak berpengaruh terhadap minat beli.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merk, *Celebrity endorser*, Minat Beli**

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, BRAND IMAGE AND CELEBRITY ENDORSER ON PURCHASE INTEREST IN SCARLETT BRAND PRODUCTS***

By :

*Adinda Ceysa Ramadhanti*

*NPM : 193402516005*

*Final Project, under the guidance of Dr. Muhani, S.E.,M.Si.M.*

*This study aims to analyze the effect of product quality, price perception, brand image and celebrity endorser partially on buying interest in Scarlett products. The data for this study used primary data through questionnaires to 100 respondents assisted by using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) program version 23.0. The results showed that the variables: product quality (X1) had no effect on purchase intention, price perception (X2) had a positive and significant effect on purchase intention, brand image (X3) had a positive and significant effect on purchase intention and celebrity endorser (X4) had no effect on buying interest.*

***Keywords: Product Quality, Perceived Price, Brand Image, Celebrity Endorser, Purchase Interest***

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. BIODATA DIRI**

1. Nama : Adinda Ceysa Ramadhanti
2. Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 22 Juli 2000
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jl. Pulo Asem Utara IV No12. 009/001.  
Jakarta Timur
5. No.Handphone : 0895332858481
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : [adindaceysa22@gmail.com](mailto:adindaceysa22@gmail.com)

**B. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. 2005 – 2006 : TK Islam Al Iman
2. 2006 – 2012 : SDN Jatikramat 07
3. 2012 – 2015 : SMPN 23 Bekasi
4. 2015 – 2018 : SMK Yadika 6



Jakarta, 30 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Adinda'.

Adinda Ceysa Ramadhanti

193402516005



## KATA PENGANTAR

Assalamuallaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, Puji serta syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, atas Rahmatnya dan Kasih Sayangnya serta Karunia-Nya sehingga dengan ini penulis menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan baik. Tujuan dari penyusunan pada tugas akhir ini ialah untuk memenuhi suatu salah satu syarat untuk mencapai Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Selesaiannya tugas akhir ini tidak terlepas dari bimbingan-bimbingan serta dukungan dan masukannya serta bantuannya dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, MA selaku Rektor pada Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Muhani, S.E.,M.Si.M selaku Pembimbing tugas akhir penulis yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya, dan memberikan ilmu yang bermanfaat, serta arahan dan masukannya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Kepada seluruh anggota Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya dan tanpa mengurangi rasa hormat serta terima kasih banyak yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama menjalani perkuliahan hingga akhir saat ini.
7. Staff Adminiistrasi, serta Sekretariat dan Staff Perpustakaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut serta membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir ini.

8. Kepada Kedua Orang Tua tercinta penulis yaitu Bapak Harnoko serta Ibu penulis yaitu Eka Fitriani yang sudah mendukung, dan memberikan kasih sayangnya, serta mendoakan untuk kelancaran tugas akhir ini serta memberikan fasilitas yang telah di berikan selama ini sehingga membuat penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
9. Kepada Abang penulis yaitu Bagas Rahmatullah yang sudah mensupport penulis dan memberikan kasih sayang serta doa yang tulus kepada penulis.
10. Kepada para sahabat penulis Zhalma, Mifta, Ilma, Farhana serta teman-teman yang tidak bisa penulis sebutan satu persatu, yang telah membantu dalam berbagai hal serta terima kasih juga atas kebersamaan kalian semua selama masa perkuliahan di Universitas Nasional.

Semoga segala kebaikan dari seluruh pihak yang sudah membantu, mendapatkan balasan dari Allah Subhanahu WaTa'Ala. Penulis menyadari mungkin tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, disebabkan oleh karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Akhir kata penulis sangat mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak. Penulis juga berharap semoga pada tugas akhir ini dapat bermanfaat kepada seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 30 Januari 2023



Adinda Ceysa Ramadhanti

193402516005

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)</b>	
<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
A. Manajemen Pemasaran .....	6
B. Strategi Pemasaran.....	6
C. Bauran Pemasaran.....	7
D. Teori Perilaku Konsumen.....	8
E. Minat Beli .....	8
F. Kualitas Produk .....	9
G. Persepsi Harga .....	12
H. Brand Image.....	14
I. Celebrity Endorser.....	15
J. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian .....	17
K. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian .....	19
L. Kerangka Analisis .....	20
M. Hipotesis.....	21

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
A. Objek Penelitian.....	22
B. Data Penelitian .....	22
C. Populasi dan Sampel .....	22
D. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	23
E. Definisi Operasional Variabel .....	24
F. Metode Analisis.....	25
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
A. Hasil Penelitian .....	29
B. Pembahasan.....	41
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>44</b>
A. Kesimpulan .....	44
B. Saran .....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>46</b>



**DAFTAR GAMBAR**

<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Top Brand Local Skincare.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Analisis .....	21
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	30
Gambar 4.2 Usia Responden.....	31
Gambar 4.3 Jenis Pekerjaan .....	32



## DAFTAR TABEL

<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian .....	18
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert .....	24
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	24
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	30
Tabel 4.2 Usia Responden .....	31
Tabel 4.3 Jenis Pekerjaan .....	31
Tabel 4.4 Standar Deviation dan Mean Kualitas Produk (X1) .....	32
Tabel 4.5 Standar Deviation dan Mean Persepsi Harga (X2) .....	33
Tabel 4.6 Standar Deviation dan Mean Brand Image (X3) .....	33
Tabel 4.7 Standar Deviation dan Mean Celebrity Endorser (X4) .....	34
Tabel 4.8 Standar Deviation dan Mean Minat Beli (Y) .....	34
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	35
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas .....	36
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas .....	36
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	37
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikonearitas .....	37
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	38
Tabel 4.15 Hasil Uji F .....	39
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	39
Tabel 4.17 Hasil Uji t .....	40

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Responden .....	51
Lampiran 2 Tabel Tabulasi .....	55
Lampiran 3 Output SPSS .....	68
Lampiran Tabel R.....	73
Lampiran Tabel DW.....	74
Lampiran Tabel F.....	75
Lampiran Tabel T.....	76

