PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA PADA TIKTOK SHOP

(Studi Konsumen Emina Pada Tiktok Shop Di Bekasi)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

Rika Fitriyani

212611069

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI

BEKASI, 2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	**: Rika Fitriyani**
Nomor induk mahasiswa	**: 212611069**
Program studi	**: Manajemen**
Judul skripsi	: Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Pada Tiktok (Studi Konsumen Emina Pada Tiktok Shop Di Bekasi)

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada program studi strata satu manajemen.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen	**Dosen Pembimbing**
(Dr.Sofia maulida, SE., MM)	**(Dr. Darwin Hasiholan, SE., Msi)**
NIDN : 0309027801	**NIDN : 0328037401**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA PADA TIKTOK SHOP (Studi Konsumen Emina Pada TikTok Shop Di Bekasi)

OLEH

RIKA FITRIYANI

212611069

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna Memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 19 Agustus 2025

Ketua Tim Penguji

Drs. Tigor Hutapea, ME.

NIDN : 0327096203

Anggota Tim Penguji I	Anggota Tim Penguji II
Irvan FC Oentoeng, SE., MM.	**Dr. Darwin Hasiholan, SE., Msi.**
NIDN : 041118204	**NIDN : 0328037401**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

Dengan ini saya sekarang menyatakan :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saua buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 19 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan

Rika Fitriyani

NIM : 212611069

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama	**: Rika Fitriyani**
NIM	**: 212611069**
Perguruan Tinggi	: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi	: Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti,** Hak Bebas *Royalty Non-Ekslusif* (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul " Pengaruh *Celebrity Endorsement* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina (Studi Pada Konsumen Pada TikTok Shop Di Bekasi) ".

Dengan **Hak Bebas *Royalty Non-Ekslusif*** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikan nya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bahkti,** segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 19 Agustus 2025

Yang membuat,

Rika Fitriyani

NIM: 212611069

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorsement* dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Emina di TikTok. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Emina pada aplikasi TikTok di Bekasi. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 1,1 juta followers di TikTok. Namun tidak diketahui secara pasti populasi konsumen Emina pada TikTok di Bekasi. Sedangkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria responden yaitu usia responden yang berusia 15-30 tahun, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, responden yang bertempat tinggal di Bekasi, responden yang menjadi *followers* TikTok Emina dan sudah pernah melakukan pembelian produk Emina. Pengolahan data menggunakan program SPSS ver 25. Hasil penelitian uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Emina di TikTok. Dalam uji parsial variabel bebas yang dominan memengaruhi keputusan pembelian yaitu *celebrity endorsement* karena memiliki nilai beta terbesar yaitu 0,470 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* dan citra merek secara simultan memengaruhi keputusan pembelian pada produk Emina di TikTok.

Kata Kunci: *Celebrity Endorsement*, Citra Merek, Dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of celebrity endorsement and brand image on purchasing decisions for Emina products on TikTok. The population in this study were consumers of Emina products on the TikTok application in Bekasi. The population in this study was 1.1 million followers on TikTok. However, the exact population of Emina consumers on TikTok in Bekasi is unknown. While the number of samples was 100 respondents. The sampling technique used purposive sampling with the following respondents criteria, repondents aged 15-30 years, male dan female, respondents resding in Bekasi, respondents who are followers of Emina TikTok and have purchased Emina products. Data processing used the SPSS program ver 25. The results of the partial test (t test) showed that celebrity endorsement and brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions for Emina products on TikTok. In the partial test, the dominant independent variable influencing purchasing decisions was celebrity endorsement because it had the largest beta value of 0,470 and a significance value of 0,000 less than 0,05. The results of the simultaneous test (f test) show that celebrity endorsement and brand image simultaneously influence purchasing decisions for Emina products on TikTok.

Keywords: *Celebrity Endorsement, Brand Image, And Purchase Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh *celebrity endorsement* dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Emina pada TikTok (Studi Pada Konsumen Emina Pada Tiktok Shop Di Bekasi)".

Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk Memnuhi Salah Satu Syarat Kelulusan Strata Pendidikan S1 Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Marion E. Aritonang Selaku Ketua Pembina Yayasan Prima Bina Bangsa yang telah menyediakan sarana dan pra-sarana yang mendukung penulis dalam menuntut ilmu.
2. Bapak Horas Sebastian, CFA. Selaku Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa.
3. Bapak Drs. Widayatmoko, M.M., M.I.kom. selaku ketua STIE Tri bhakti.
4. Ibu Dr. Sofia Maulida, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Tri Bhakti.
5. Bapak Dr. Darwin Hasiholan, S.E., M.SI. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi penulis.
6. Bapak dan ibu dosen pengajar yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya, yang telah membimbing penulis selama menempuh pendidikan di STIE Tri Bhakti.
7. Kedua orang tua tercinta dan terkasih, bapak Efendi dan Ibu Semi Suryani, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, mendidik, mendoakan, dan memberikan dukungan baik moril maupun materil

sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

8. Adik ku Fakhri Choirul Aziz. Terimakasih telah hadir dan menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Dan untuk kakak sepupu ku Eva Puspita Sari terima kasih karena selalu membantu penulis ketika penulis kesusahan selama menyusun skripsi ini.
9. Untuk teman-temanku Ratna, Esra, Geno yang telah memberikan semangat, dukungan dan juga bantuan selama penulis mengerjakan skripsi.
10. Untuk teman-teman prodi Manajemen tahun 2021 karena telah berjuang bersama selama 4 tahun ini.
11. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri, Rika. Terima kasih karena selalu berusaha dan berjuang sejauh ini, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan sebaik mungkin dan semaksimal mungkin. Terima kasih sudah bertahan.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta yang membaca skripsi ini, dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Bekasi, 19 Agustus 2025

Rika Fitriyani

NIM : 21261106

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **i**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN ..... **iii**

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

ABSTRACT ..... **vi**

KATA PENGANTAR ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 7

1.3 Batasan Masalah 7

1.4 Perumusan Masalah 8

1.5 Tujuan Penelitian 8

1.6 Manfaat Penelitian 8

1.7 Sistematika Penulisan 9

BAB II LANDASAN TEORI **11**

2.1 Landasan Teori 11

2.1.1 Pemasaran 11

2.1.2 Manajemen Pemasaran 12

2.1.3 Perilaku Konsumen 15

2.1.4 *Celebrity Endorsement* 16
2.1.5 Citra Merek (*Brand Image*) 19
2.1.6 Keputusan Pembelian 23
2.2 Penelitian Terdahulu 27
2.3 Kerangka Penelitian 32
2.4 Hipotesis Penelitian 33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 35
3.1 Desain Penelitian 35
3.1.1 Unit Analisis 35
3.1.2 Tujuan Penelitian 35
3.1.3 Paradigma Penelitian 35
3.1.4 Metodologi Penelitian 35
3.1.5 Strategi Penelitian 36
3.1.6 Keterlibatan Penelitian 36
3.1.7 Latar Penelitian 36
3.1.8 Waktu Pelaksanaan 36
3.2 Definisi Operasional Dan Pengukuran 37
3.2.1 Variabel *Dependen* (Variabel Terikat) 37
3.2.2 Variabel *Independen* (Variabel Bebas) 38
3.3 Populasi dan Sampel 40
3.3.1 Populasi 40
3.3.2 Sampel 40
3.4 Sumber Data 41
3.5 Teknik Pengumpulan Data 42
3.5.1 Pengukuran 42

3.6 Teknik Analisa Data 43
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian 43
3.6.2 Uji Asumsi Klasik 43
3.6.3 Analisis Data 44
3.6.4 Uji Hipotesis 45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 47
4.1.1 Sejarah singkat perusahaan 47
4.1.2 Visi Misi Perusahaan 48
4.1.3 Produk – produk Emina 48
4.2 Hasil Penelitian 51
4.2.1 Karakteristik Responden 51
4.2.2 Uji Instrumen 53
4.2.3 Uji Asumsi Klasik 57
4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda 60
4.2.5 Uji Hipotesis 61
4.2.6 Hasil Tanggapan Responden Pada Kuesioner 63
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian 68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 72
5.1 Simpulan 72
5.2 Saran 73
DAFTAR PUSTAKA 75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu 27
Tabel 3. 1 Pengukuran Variabel (Y) Keputusan Pembelian 37
Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel (X1) *Celebrity Endorsement* 38
Tabel 3. 3 Pengukuran Variabel (X2) Citra Merek 39
Tabel 3. 4 Pengukuran Skala *Likert* 42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 51
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 52
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status 53
Tabel 4. 5 Uji Validitas *Celebrity Endorsement* 53
Tabel 4. 6 Uji Validitas Citra Merek 54
Tabel 4. 7 Uji Validitas Keputusan Pembelian 55
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas *Celebrity Endorsement* 56
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Citra Merek 56
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian 57
Tabel 4. 11 Uji Normalitas 57
Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas 58
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linier Berganda 60
Tabel 4. 14 Uji T 61
Tabel 4. 15 Uji F 62
Tabel 4. 16 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 63
Tabel 4. 17 Responden Kuesioner *Celebrity Endorsement* (X1) 63
Tabel 4. 18 Hasil Tanggapan Kuesioner Citra Merek 65
Tabel 4. 19 Hasil Tanggapan Kuesioner Keputusan Pembelian 67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 GMV Penjualan di *E-commerce* 2
Gambar 1. 2 Aplikasi Yang Paling Banyak di Dowload 2023 4
Gambar 1. 3 Perempuan Indonesia Lebih Memilih *Brand* Kosmetik Lokal 5
Gambar 1. 4 Merek Kosmetik Lokal Paling Banyak Digunakan Di Indonesia 6
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian 33
Gambar 3. 1 Desain Penelitian 37
Gambar 4. 1 Logo Emina 47
Gambar 4. 2 Produk Skincare Emina 49
Gambar 4. 3 Produk Make-Up 50
Gambar 4. 4 Uji Heteroskedastisitas 59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Pengolahan Data 80
Lampiran 2 Kuesioner..... 85
Lampiran 3 Daftar Populasi atau Sampel 89
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup..... 95
Lampiran 5 Formulir Saran dan Perbaikan Tugas Akhir..... 96
Lampiran 6 Kartu Konsultasi Tugas Akhir..... 97
Lampiran 7 Surat Keterangan Bebas Plagiasi..... 99
Lampiran 8 Hasil Cek Plagiasi..... 100