

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
SABUN LUX DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh:

ANGGUN ACNES ROSALIA P.

NIM : 2011210637

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CELEBRITY ENDORSEMENT*
DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
SABUN LUX DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

ANGGUN ACNES ROSALIA P.

2011210637

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 27 Januari 2016


(Dr. Drs. Soni Harsono., M.Si)

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
SABUN LUX DI SURABAYA

Disusun Oleh

ANGGUN ACNES ROSALIA P.

2011210637

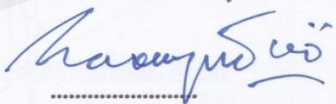
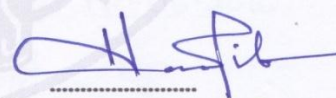
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 25 Februari 2016

Tim Penguji

Ketua : Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM

Sekretaris : Drs. Ec. Harry Widyanoro, M.Si

Anggota : Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si



PENGESAHAN SKRIPSI

N a m a : Anggun Acnes Rosalia P.
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 17 Juni 1993
N.I.M : 2011210637
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
J u d u l : Pengaruh Kualitas Produk, *Celebrity Endorsement*
dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen Sabun Lux di Surabaya

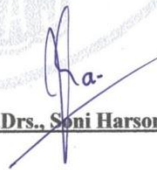
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,
Tanggal : 17/3/2016



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 17-03-2016



(Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si)

MOTTO

“Sesuatu Yang Belum Dikerjakan, Seringkali Tampak Mustahil: Kita Baru Yakin Kalau Kita Telah Berhasil Melakukannya Dengan Baik”

~PERSEMBAHAN~

Terima Kasih Kepada :

- # Allah SWT, karena berkat rahmat serta hidayahnya skripsi ini dapat terselesaikan. Alhamdulillah Ya Robb.
- # Kedua Orang Tua, dan adik saya terima kasih atas dukungan, doa, perhatian, dan kasih sayang yang begitu besar.
- # Bapak Soni Harsono selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada saya. Serta Bapak Nadjib Usman dan Bapak Harry Widyantoro selaku dosen penguji, terima kasih sudah memberikan banyak masukan untuk perbaikan skripsi saya. Dan Bapak Basuki Rahmat selaku dosen wali saya untuk membimbing saya menentukan nilai mata kuliah
- # Teman – teman saya april, mbak devi, bunga, adit devi yang sudah membantu saya mengajarkan bagaimana mengolah data hingga selesai dan teman saya lisa yang sudah sama – sama berjuang dari semester satu sampai sekarang skripsi terima kasih sudah mau dengerin ceritaku selama ini mulai dari senang sampai nangis. Terima kasih sudah nemenin saya
- # Terima kasih untuk bima, hendri, deddy, adel, mbak greda, dan indri sudah ngehibur, ngajakin main-main dan mendukung saya dalam mengerjakan skripsi dan terima kasih untuk farah, amang, mbak uun, kemal, kausar, mas evan, cristine atas dukungannya

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan taufiq dan hidayahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat penyelesaian Program Pendidikan Strata Satu Manajemen, dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, *Celebrity Endorsement* Dan Iklan Terhadap keputusan pembelian konsumen Sabun Lux Di Surabaya”

Penyelesaian skripsi ini kiranya tidak akan berjalan lancar bila tanpa bantuan dukungan dari berbagai pihak baik secara material maupun spiritual. Untuk itu dalam kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya :

1. Bapak Dr. Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Bapak Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si, selaku Dosen Pembimbing dan Dosen penguji saya Bapak Drs.Ec. Harry Widyantoro, M.Si dan Bapak Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM. yang dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
4. Bapak Dr. Basuki Rachmat, S.E. M.M, selaku Dosen Wali yang dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingannya
5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran dan memberikan berbagai saran

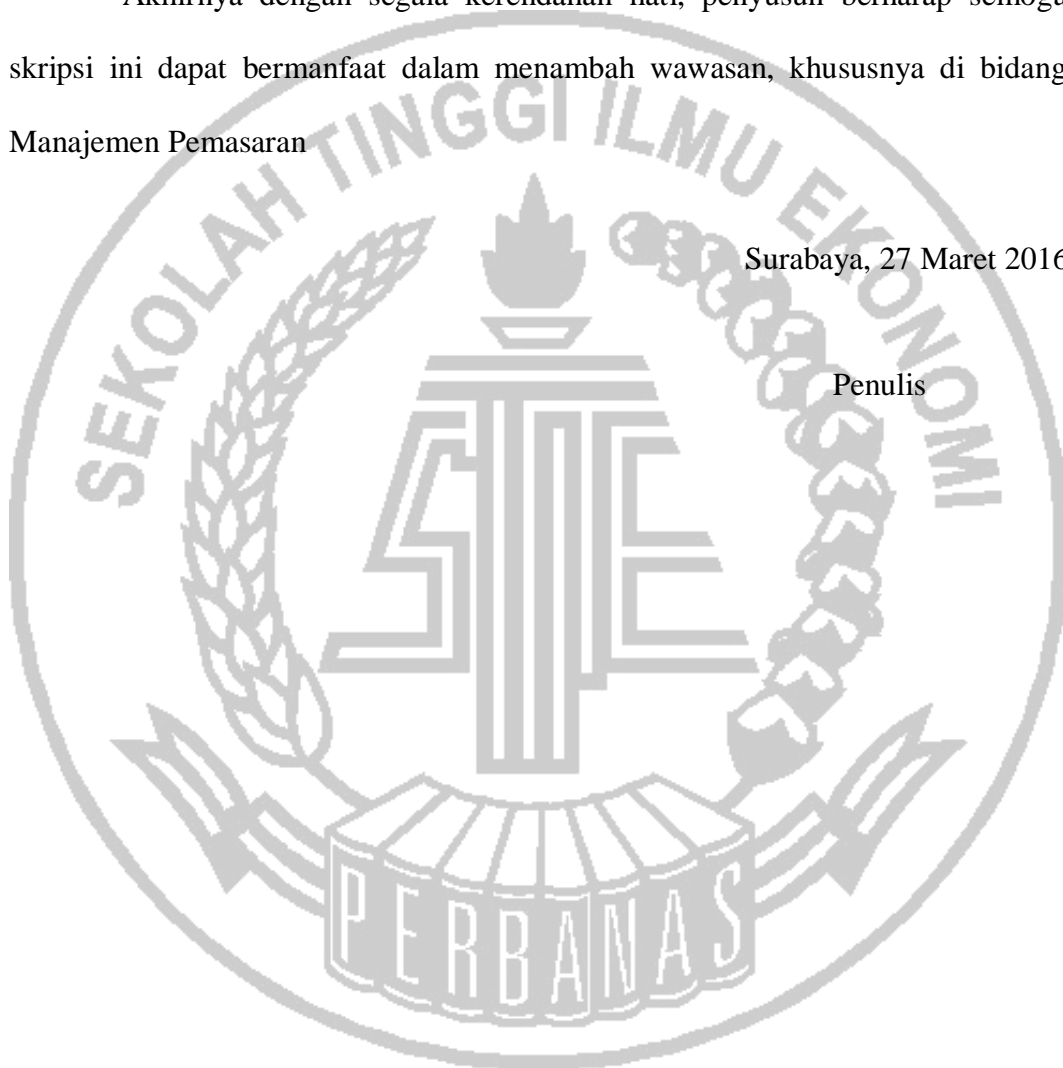
6. Kedua Orang Tua dan adik saya terima kasih selalu mendoakan, memberikan dukungan moril maupun materil

7. Seluruh rekan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam skripsi ini

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran

Surabaya, 27 Maret 2016

Penulis



DAFTAR ISI

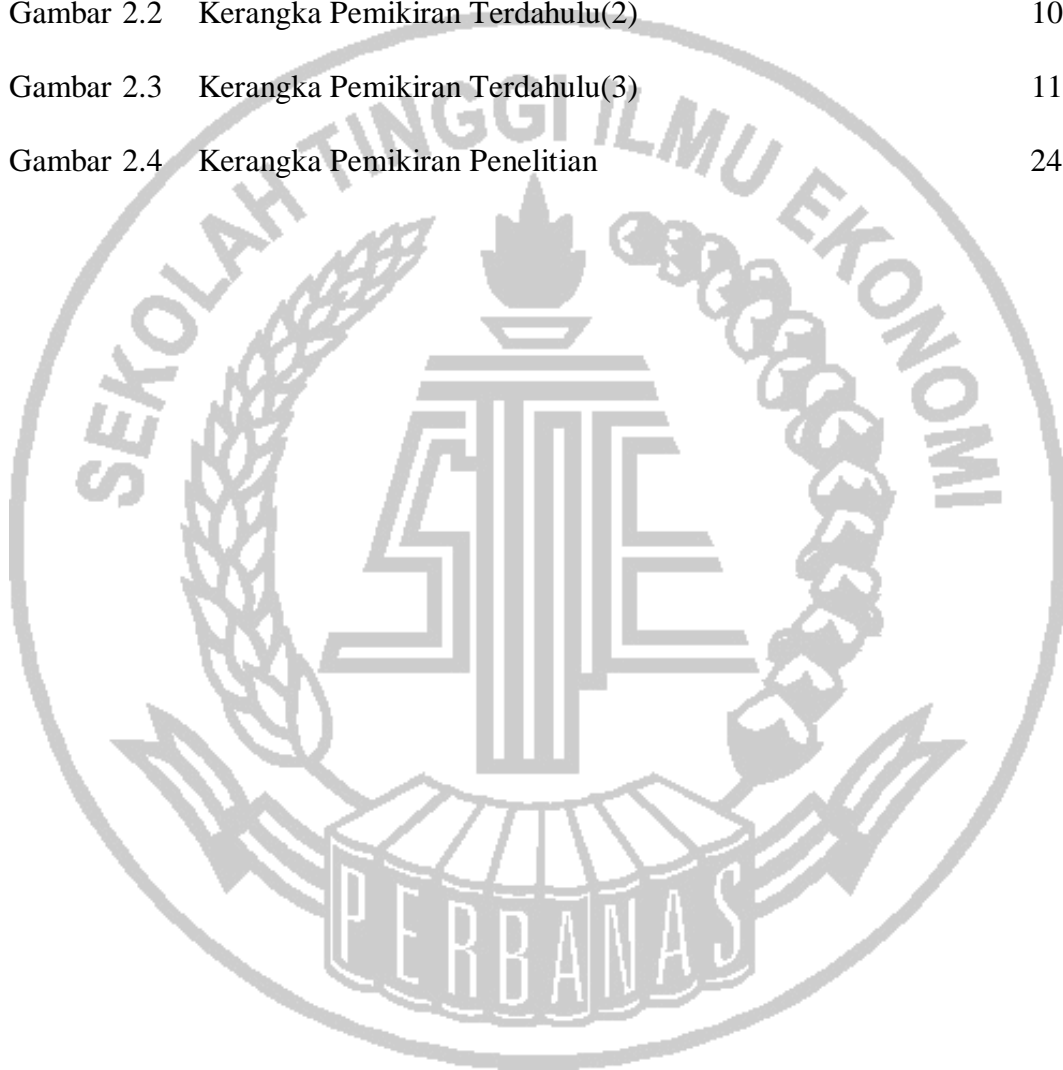
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	13
2.3. Kerangka Penelitian.....	24
2.4. Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1. Rancangan Penelitian.....	26
3.2. Batasan Penelitian.....	26
3.3. Identifikasi Variabel.....	27
3.4. Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.6. Instrumen Penelitian.....	34
3.7. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	36
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	37
3.9. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	46
4.1. Rancangan Penelitian.....	45
4.2. Analisis Data.....	52
4.3. Pembahasan.....	68
BAB V PENUTUP.....	73
5.1. Kesimpulan.....	73
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	74
5.3. Saran.....	74
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel1.1 Top Brand Index 2012 s/d 2015	4
Tabel2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	12
Tabel3.1 Kisi-Kisi Kuisisioner	35
Tabel3.2 Nilai Durbin Watson	42
Tabel4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil	47
Tabel4.2 Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil	48
Tabel4.3 Karakteristik Responden Menurut Usia	49
Tabel4.4 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	50
Tabel4.5 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	51
Tabel4.6 Karakteristik Responden Menurut Lama Menggunakan Sabun Lux	52
Tabel4.7 Tabel Interval Kelas	53
Tabel4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	54
Tabel4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	55
Tabel4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Iklan	56
Tabel4.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Konsumen	58
Tabel4.12 Hasil Analisis Uji Normalitas	59
Tabel4.13 Hasil Analisis Uji Multikolinearitas	60
Tabel4.14 Hasil Analisis Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel4.15 Hasil Analisis Uji Autokorelasi	62
Tabel4.16 Nilai Durbin Watson	62
Tabel4.17 Hasil Perhitungan Persamaan Regresi Linier Berganda	63
Tabel4.18 Koefisien Determinasi	65
Tabel4.19 Hasil Perhitungan Uji F	66
Tabel4.20 Hasil Perhitungan Uji T dan Determinasi Parsial	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Terdahulu(1)	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Terdahulu(2)	10
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Terdahulu(3)	11
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian	24



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran2 Data Responden
- Lampiran 3 Data Tabulasi
- Lampiran 4 Kriteria Responden Berdasarkan Karakteristik
- Lampiran 5 Uji Validitas Sampel Kecil
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 7 Analisis Deskriptif
- Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 10 Tabel Durbin Watson



***The Influence Product Quality, Celebrity Endorsement And
Advertisement On Consumer Purchasing Decisions
On The Soap Lux In Surabaya***

Anggun Acnes Rosalia P.
STIE Perbanas Surabaya
Email : 17anggun0693@gmail.com
Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

In a dynamic world, competition among companies is increasing and this competition makes the way which attract customer more difficult. all companies try to achieve highest level of sale with their minimum or affordable budget. it is very important to the companies to make sure that they will get target return on their investment. advertisement is the most important source to promote the brand. so this research is based on findings that will help the companies to make their ads more effective and attractive. this study aims to determine how big the influence of the quality of product, celebrity endorsement and advertisement to the konsumen of soap Lux Surabaya. the population used in this study is konsumen who age minimum 19 years old. the sample in this study are 74 respondents and the techniques used is judgment sampling. the analytical method used were multiple linier regression analysis. advertisement is the most important source to promote the brand. so this research is based on findings that will help the companies to make their ads more effective and attractive. this study is about customer purchase decision in Surabaya. the final researches shows that celebrity endorsement and advertisement significantly influence consumer purchase decision in Surabaya. and the most dominant variabel is celebrity endorsement.

Keywords: *Product Quality, Celebrity Endorsement, Advertisement, Consumer Purchasing Decisions*