

**PENGARUH GAYA HIDUP, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA  
SCARLETT WHITENING)**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh :**

**Enina Latersia Tarigan**

**NPM : 19 03 25118**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2023**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH GAYA HIDUP, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN CITRA**  
**MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA**  
**SCARLETT WHITENING)**



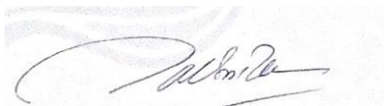
**Disusun oleh :**

**Enina Latersia Tarigan**

**NPM : 19 03 25118**

**Telah dibaca dan disetujui oleh :**

**Pembimbing**



**Nadia Nila Sari, S.E., MBA.**

**15 Juni 2023**

Skripsi

**PENGARUH GAYA HIDUP, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA SCARLETT WHITENING)**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

**Enina Latersia Tarigan  
NPM: 19 03 25118**

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji  
pada tanggal 13 Juli 2023  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)  
Program Studi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**



**Wenefrida Mahestu N Krisjanti, SE.,  
M.Sc.IB, Ph.D.**

**Anggota Panitia Penguji**



**Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.S.Si.**



**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**

**Yogyakarta, 17 Juli 2023**

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

**FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**PENGARUH GAYA HIDUP, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA  
SCARLETT WHITENING)**

Merupakan hasil karya saya sendiri. Baik pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, telah saya nyatakan secara tertulis di skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, ... 2023

Yang menyatakan



Enina Latersia Tarigan

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, karunia, dan kemurahan hati-Nya sehingga peneliti dimampukan untuk menyelesaikan masa studinya dari awal semester hingga akhir semester dengan menuliskan penelitian skripsi ini. Penelitian dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, *Celebrity Endorser*, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Scarlett Whitening)” dilakukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dengan terselesaikannya penelitian ini, terdapat beberapa pihak yang secara tidak langsung telah memberi dukungan dan bimbingan dalam penulisan skripsi hingga akhir ini. Melalui kesempatan ini, peneliti akan mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah menemani, membimbing, dan memberi dukungan penuh dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, antara lain :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberi berkat kepada penulis dalam keadaan apapun sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA selaku dosen pembimbing yang sudah sabar dan selalu meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan memeriksa hasil penelitian yang saya lakukan. Sehingga peneliti berhasil menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.
3. Bapak Darius Tarigan, ST., Ibu Rina Wati Sembiring, SE., Jeremy Christian Tarigan, Triana Felicia br Tarigan, Setia Brena Karina br Tarigan selaku keluarga dan Jeremy Panogari Nainggolan selaku kekasih yang selalu mendoakan, memberi semangat, dan memberi dukungan baik secara materi ataupun moral tanpa henti. Sehingga peneliti memiliki semangat penuh untuk menyelesaikan studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta tepat waktu.
4. Seluruh dosen, karyawan, dan staff FBE UAJY yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama empat tahun mengemban ilmu di FBE UAJY.



5. Teman-teman seperjuangan di Yogyakarta Kak Denisa, Natasya Tarigan, Tari, Yuas, dan teman-teman seperjuangan lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
6. Teman-teman seperjuangan selama di FBE UAJY yang setia memberikan semangat dan hiburan serta dukungan kepada penulis selama melakukan penelitian.
7. Keluarga Himpunan Program Studi Manajemen (HMPSM) UAJY khususnya Divisi Event yang telah memberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman selama ber-organisasi.
8. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner pada penelitian ini.
9. Semua pihak lain yang berkaitan dengan penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh peneliti.
10. Saya juga mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri karena sudah berjuang sampai titik ini dan selalu berusaha dan bersyukur ketika melakukan dan menyelesaikan penelitian ini.

Terlepas dari penelitian yang saya buat, saya juga menyadari ketidak sempurnaan. Sehingga, apabila nantinya terdapat kritik dan saran yang bertujuan untuk membangun penelitian ini menjadi lebih sempurna akan saya terima dengan senang hati. Saya pun berharap, penelitian ini dapat memberi manfaat kepada seluruh pembaca dan memberi referensi kepada peneliti selanjutnya. Sekian, saya ucapkan banyak terima kasih.

Peneliti



Enina Latersia Tarigan

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I Pendahuluan .....</b>	<b>14</b>
1.1 Latar Belakang .....	14
1.2 Rumusan Masalah .....	21
1.3 Tujuan penelitian .....	21
1.4 Manfaat penelitian .....	22
1.5 Sistematika Penulisan .....	22
<b>BAB II Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis .....</b>	<b>24</b>
2.1 Kajian Literatur .....	24
2.1.1 Gaya Hidup .....	24
2.1.2 Celebrity Endorser .....	25
2.1.3 Citra Merek .....	26
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	28
2.2. Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	36
2.3.1 Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen.....	36
2.3.2 Pengaruh <i>celebrity endorser</i> terhadap keputusan pembelian konsumen	36
2.3.3 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen .....	37
2.4 Model Kerangka Penelitian .....	38
<b>BAB III Metode Penelitian.....</b>	<b>39</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	39
3.2 Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian .....	39
3.3 Populasi, dan Sampel Penelitian .....	40
3.3.1 Metode Sampling .....	40

3.4 Metode Pengumpulan Data .....	41
3.5 Definisi Operasional.....	43
3.6 Metode Pengukuran Data .....	46
3.7 Metode Analisis Data .....	46
3.7.1 Statistik Deskriptif .....	46
3.7.2 Pengujian Instrumen .....	48
3.7.3 Metode Analisa Data.....	52
<b>BAB IV Analisis Data dan Pembahasan .....</b>	<b>55</b>
4.1 Hasil Analisis Responden Berdasarkan Pertanyaan <i>Filter</i> Pada Kuesioner Mengenai Usia Responden .....	55
4.2 Analisis Hasil Statistik Deskriptif Demografi Responden .....	57
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Per-Variabel .....	60
4.3.1 Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Gaya Hidup.....	61
4.3.2 Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	62
4.3.3 Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	64
4.3.4 Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian ..	65
4.4 Analisis SEM-PLS .....	67
4.4.1 Merancang Model Struktur .....	67
4.4.2 Merancang Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	68
4.4.3 Evaluasi Goodness of Fit : Outer Model.....	69
4.4.4 Evaluasi Goodness of Fit : Inner Model .....	75
4.4.5 Pengujian Hipotesis .....	77
4.5 Pembahasan Hipotesis .....	80
4.5.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Citra Merek .....	80
4.5.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	80
4.5.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	81
<b>BAB V Penutup .....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Kesimpulan Berdasarkan Analisis Deskriptif .....	83
5.3 Kesimpulan Berdasarkan Analisis Hipotesis Penelitian .....	84
5.4 Implikasi Manajerial.....	85
5.5 Keterbatasan Penelitian .....	86
5.6 Saran Penelitian Ke Depan.....	86



**DAFTAR PUSTAKA..... 88**  
**LAMPIRAN..... 91**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data merek produk perawatan tubuh yang paling banyak di konsumsi .....	15
Gambar 1. 2 <i>Celebrity Endorser</i> Fadil Jaidi dan Pak Muh dari merek Scarlett Whittening.....	19
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	28
Gambar 2. 2 Model Penelitian .....	38
Gambar 4. 1 Model Struktural PLS-SEM.....	67
Gambar 4. 2 Model Struktural PLS Alogarithm .....	70
Gambar 4. 3 Model Struktural PLS Algorithm.....	76



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-commerce Indonesia dengan Penjualan di atas Rp 10 Miliar periode 1 Mei – 31 Mei 2021 .....	16
Tabel 2. 1 Daftar Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3. 1 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 4. 1 Pertanyaan Filter Satu .....	55
Tabel 4. 2 Pertanyaan Filter Kedua.....	56
Tabel 4. 3 Pertanyaan Filter Ketiga.....	56
Tabel 4. 4 Pertanyaan Filter Keempat.....	57
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	58
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	59
Tabel 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Dalam Kurun Waktu Satu Bulan .....	60
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Gaya Hidup .....	61
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Celebrity Endorser .....	63
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Citra Merek .....	64
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Deskriptif Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4. 13 Indikator Variabel Laten .....	68
Tabel 4. 14 Nilai Outer Loading (Loading Factors) PLS-SEM.....	71
Tabel 4. 15 Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	72
Tabel 4. 16 Nilai Cross Loading .....	73
Tabel 4. 17 Nilai Fornell - Lacker Criterion .....	74
Tabel 4. 18 Nilai Dillon Goldstein's.....	75
Tabel 4. 19 Hasil R-Square .....	76
Tabel 4. 20 Hasil Q-Square.....	77
Tabel 4. 21 Path Coefficient.....	78

**DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 SURAT PENGANTAR KUESIOER.....	92
LAMPIRAN 2 DRAFT KUESIONER.....	94
LAMPIRAN 3 KUESIONER DARING (GOOGLE FORM).....	100
LAMPIRAN 4 HASIL PENGISIAN KUESIONER DARING (GOOGLE FORM) .....	117
LAMPIRAN 5 HASIL OLAH DATA SMART-PLS.....	132
LAMPIRAN 6 STRUKTUR KERANGKA SEM-PLS.....	136
LAMPIRAN 7 JURNAL ACUAN.....	139



**PENGARUH GAYA HIDUP, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA SCARLETT WHITENING)**

**Enina Latersia Tarigan**

**Nadia Nila Sari, S.E., MBA.**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Jalan Babarsari 43-33, Yogyakarta**

**Abstrak**

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji adanya pengaruh gaya hidup, *celebrity endorser*, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk *skincare* Scarlett Whitening. Total keseluruhan responden dalam penelitian ini sebanyak 132 responden, namun hanya 127 responden yang berhasil memenuhi kriteria penelitian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan skala *likert* 5 poin dengan menggunakan *platform* Google Form sebagai media kuesioner yang selanjutnya disebarluaskan melalui sosial media. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan menggunakan *software Partial Least Square (SmartPLS)*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa gaya hidup dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Namun, *celebrity endorser* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci** : Scarlett Whitening, Gaya Hidup, *Celebrity Endorser*, Citra Merek, Keputusan Pembelian