

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN  
CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SUNSCREEN AZARINE DI KOTA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata -1  
Program Studi Administrasi Bisnis**



**Oleh :**

**Desy Nurpadillah Muningka**

**NBI: 1121900057**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS DAN ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN  
CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SUNSCREEN AZARINE DI KOTA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata -1  
Program Studi Adminisnistrasi Bisnis**



**Oleh :**

**Desy Nurpadillah Muningka**

**NBI: 1121900057**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS DAN ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Desy Nurpadillah Muningka

NBI : 1121900057


Judul : PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN  
*CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SUNSCREEN* AZARINE DI KOTA  
SURABAYA


Surabaya, 03 Juli 2023

Mengetahui,  
Dekan

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh  
Dosen Pembimbing I

  
**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**  
NPP.20120.87.0103

  
**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**  
NPP.20120.87.0103

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang dewan penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 26 Juni 2023:

Dewan penguji,

1. **Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP.**  
Ketua

()

2. **Drs. Ute Ch. Nasution, MS**  
Anggota

()

3. **Drs. Agung Pujiyanto, M.M**  
Anggota

()

Mengesahkan  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS SURABAYA**

Dekan,

()

**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP.**  
**NPP. 20120.87.0103**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Desy Nurpadillah Muningka

NPM : 1121900057

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SUNSCREEN* AZARINE DI KOTA SURABAYA

Menyatakan:

1. Bahwa skripsi saya karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari Dosen Pembimbing, bukan dari hasil plagiat karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengutip, menulis karya ilmiah orang lain maka saya akan mencantumkan dalam Daftar Pustaka
3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang saya peroleh

Demikian pernyataan saya ini buat dengan sungguh-sungguh dan atas keadaan yang sadar-sadarnya ini

Surabaya, 03 Juli 2023



10000  
METEPAI  
TEMPEL  
C64C7AKX522069301  
(Desy Nurpadillah Muningka)



UNIVERSITAS 17  
AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)

e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA  
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desy Nurpadillah Muningka  
NBI/ NPM : 1121900057  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek\*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

**“ PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN CELEBRITY  
ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUNSCREEN  
AZARINE DI KOTA SURABAYA ”**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada tanggal : 26 Juni 2023

Yang Menyatakan



(Desy Nurpadillah Muningka)

## **MOTTO**

Anaknya Sukses adalah kata yang indah di mulut orang tua

*Desy nurpadillah muningka*

Jalani hari dengan mental yang kuat terlebih dahulu

*Desy nurpadillah muningka*

## ABSTRAK

**Desy Nurpadillah Muningka 1121900057**

### **PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SUNSCREEN* AZARINE DI KOTA SURABAYA**

Saat ini Industri perawatan kulit saat ini semakin kompetitif, hal ini dilihat dengan banyaknya produk perawatan kulit yang diproduksi oleh *brand local* yang baru bermunculan di tanah air. Dengan kemajuan teknologi, informasi tentang produk dapat diperoleh melalui pengalaman konsumen lain di internet. Salah satu produk perawatan kulit adalah *sunscreen* untuk melindungi kulit terhadap sinar UV yang dapat menyebabkan penggelapan warna kulit, munculnya noda hitam, penuaan dini, serta warna kulit tidak merata.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, persepsi harga dan *celebrity endorsement* terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Azarine di kota Surabaya. Data digunakan adalah data hasil penyebaran kuesioner secara online kepada sampel yang sesuai kriteria dan informasi dari hasil referensi. Penelitian ini menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS) 25 sebagai alat analisis dan skala likert. Populasi yang digunakan adalah kota Surabaya Jawa Timur yang pernah membeli produk *sunscreen* azarine. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian adalah purposive sampling, sampel penelitian adalah kecamatan Sukolilo kota surabaya Jawa Timur yang pernah membeli produk *sunscreen* Azarine dengan 100 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif . Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek,persepsi harga dan *celebrity endorsement* secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Azarine di kota Surabaya.

**Kata Kunci** : Azarine, Citra Merek, *Celebrity Endorsement*, Keputusan Pembelian, *Sunscreen*



## **ABSTRACT**

**Desy Nurpadillah Muningka 1121900057**

### ***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION AND CELEBRITY ENDORSEMENT ON AZARINE SUNSCREEN PURCHASE DECISIONS IN SURABAYA CITY***

*Currently, the skin care industry is increasingly competitive, this can be seen from the many skin care products produced by local brands that have recently sprung up in Indonesia. With advances in technology, information about products can be obtained through the experiences of other consumers on the internet. One of the skin care products is sunscreen to protect the skin against UV rays which can cause darkening of skin color, the appearance of dark spots, premature aging, and uneven skin tone.*

*This study aims to determine the effect of brand image, price perception and celebrity endorsement on the purchase decision of Azarine sunscreen in the city of Surabaya. The data used is data from the results of distributing questionnaires online to samples that match the criteria and information from the reference results. This study uses the Statistical Program for Social Science (SPSS) 25 as an analytical tool and a Likert scale. The population used is the city of Surabaya, East Java, which has purchased azarine sunscreen products. The sampling technique in this study was purposive sampling, the research sample was Sukolilo sub-district, Surabaya city, East Java, which had purchased Azarine sunscreen products with 100 respondents. This study uses a quantitative approach (multiple linear regression). The results of this study indicate that brand image, price perception and celebrity endorsement partially and simultaneously have a significant effect on the purchase decision of Azarine sunscreen in the city of Surabaya*

**Keywords** : Azarine, Brand Image, Celebrity Endorsement, Purchase Decision, Sunscreen

## KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan pada Tuhan Yang Maha Esa, yang memberikan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsinya dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian *Sunscreen Azarine* di Kota Surabaya" sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program sarjana (S1) Jurusan Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis telah mendapat banyak dukungan, bantuan, serta petunjuk yang sangat bermanfaat dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Ayun Maduwinarti, MP. Selaku Dekan fakultas ilmu sosial dan politik Universitas 17 Agustus 1945 dan selaku Dosen Pembimbing utama yang telah banyak meluangkan waktu dan membantu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini
2. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM. Selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan Selaku Dosen Pembimbing dua
3. orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan setiap langkah saya untuk keputusan apapun yang saya ambil dalam hidup saya.
4. Dymas kusunul khotimah selaku teman perjuangan selama perkuliahan yang selalu menemani saya dalam sedih maupun senang.
5. Teman – teman Administrasi Bisnis angkatan 2019 yaitu Finda Kurnia, Nia Dwi, Mochammad Aldo Ian Bastian dan teman yang lainnya.

Dalam penulisan tugas akhir ini saya sebagai penulis menyadari apabila masih ada kekurangan, maka dari itu saya sebagai penulis mengharapkan adanya dukungan positif berupa saran maupun kritik agar mampu menghasilkan karya yang baik bagi pembaca.

Surabaya, 03 Juli 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBARAN PERNYTAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<i>ABSTRAC .....</i>	<i>vii</i>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>

2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori .....	16
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	16
2.2.2 Manajemen Pemasaran .....	18
2.2.3 Citra Merek.....	20
2.2.4 Persepsi Harga .....	23
2.2.5 <i>Celebrity Endorsement</i> .....	25
2.2.6 Keputusan Pembelian .....	27
2.3 Defenisi Konsep .....	30
2.4 Pola Hubungan Antar Variabel.....	31
2.5 Kerangka Dasar Berfikir.....	33
2.6 Hipotesis Penelitian .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	35
3.2 Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1 Populasi .....	35
3.2.2 Sampel .....	35
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian .....	36
3.3.1 Skala Pengukuran .....	36
3.3.2 Instrumen Penelitian .....	37
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	37
3.4.1 Jenis Data.....	37
3.4.2 Sumber Data .....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	38

3.6 Teknik Analisis Data .....	38
3.6.1 Uji Asumsi Klasik .....	38
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.6.3 Pengujian Hipotesis .....	40
3.6.4 Koefisien Determinasi .....	40
<b>BAB IV PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Penyajian Data.....	41
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	41
4.1.2 Karakteristik Responden.....	42
4.1.3 Uji Instrumen.....	44
4.2 Tabulasi Data.....	45
4.2.1 Skala Pengukuran .....	58
4.3 Analisis Data .....	62
4.3.1 Uji Asumsi Klasik .....	62
4.4 Uji Hipotesis .....	69
4.5 Pembahasan .....	72
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Rekomendasi .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2. 1 Defenisi Konsep .....	30
<i>Table 2.4</i> Defenisi Operasional .....	30
Tabel 3.3 Skala Likert .....	36
Tabel 4.1 Jawaban responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Jawaban Responden Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 4.3 Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4.4 Jawaban Responden Berdasarkan Pendapatan .....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas .....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas .....	44
Table 4.7 Tabulasi Citra Merek (X1) .....	45
Tabel 4.8 Tabel Tabulasi Persepsi Harga (X2).....	48
Tabel 4.9 Tabel Tabulasi <i>Celebrity Endorsement</i> (X3).....	52
Tabel 4.10 Tabulasi Keputusan Pembelian (Y).....	55
Table 4.11 Interval Rata – Rata Skor .....	59
Tabel 4.12 Hasil Jawaban Citra Merek .....	59
Tabel 4.13 Hasil Jawaban Persepsi Harga (X2) .....	60
Tabel 4.14 Hasil Jawaban <i>Celebrity endorsement</i> (X3).....	61

Tabel 4.15 Hasil Jawaban Keputusan Pembelian (Y) .....	61
Tabel 4.16 Uji Linearitas Variabel (X1) Dengan (Y).....	62
Tabel 4.17 Uji Linearitas Variabel (X2) Dengan (Y).....	63
Tabel 4.18 Uji Linearitas Variabel (X3) Dengan (Y).....	63
Tabel 4.19 Uji Normalitas .....	63
Tabel 4.20 Uji multikolinearitas.....	66
Tabel 4.21 Uji heteroskedastisitas .....	66
Tabel 4.22 Hasil Analisis Regresi variabel (X1) dengan (X2).....	67
Tabel 4.23 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) citra merek dengan (Y).....	68
Tabel 4.24 Analisis Regresi Pendekatan Non Linieritas (X2) dengan (Y).....	68
Tabel 4.25 Hasil uji t (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	70
Tabel 4.26 Hasil uji t (X3) terhadap Keputusan (Y) .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Bisnis Kosmetik .....	1
Gambar 1.2 Temperatures Kota Surabaya.....	2
Gambar 1.3 Produk <i>Sunscreen</i> Azarine.....	4
Gambar 1.4 Kandungan SPF .....	5
Gambar 1.5 Data Penjualan Sunscreen.....	5
Gambar 1.6 <i>Celebrity Endorsement</i> Azarine.....	6
Gambar 1.7 followers <i>Celebrity Endorsement</i> .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	33
Gambar 4.1 <i>Product Sunscreen</i> Azarine .....	42
Gambar 4.2 Uji Normalitas Model Histogram .....	64
Gambar 4.3 Uji Normalitas Data P-Plot.....	64