

**PENGARUH *ENDORSE* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Produk Kosmetik Make Over)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

LISA DWI RAHMA WATI

B 100 190 469

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *ENDORSE* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Produk Kosmetik Make Over)**

Yang ditulis dan disusun oleh :

LISA DWI RAHMA WATI

B 100 190 469

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 12 Januari 2023

Pembimbing Utama

(Nur Achmad, S.E., M.Si., CIQnR)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si)

NIDN. 06 1608 7401

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH *ENDORSE* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Produk Kosmetik Make Over)**

Oleh :

LISA DWI RAHMA WATI

B 100 190 469

Telah dipertahankan didepan Dewan penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Tanggal 12 Januari 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji :

1. **Nur Achmad, S.E., M.Si., CIQnR**

(.....)

(Ketua Dewan Penguji)

2. **Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D.**

(.....)

(Anggota I Dewan Penguji)

3. **M. Sholahuddin, S.E., M.Si., Ph.D.**

(.....)

(Anggota II Dewan Penguji)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si

NIDN. 06 1608 7401



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **LISA DWI RAHMA WATI**

NIRM : **B 100 190 469**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi: **PENGARUH *ENDORSE* DAN *BRAND AWARENESS***
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
***BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
(Studi Kasus Produk Kosmetik Make Over)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan gelar atau ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 12 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,

LISA DWI RAHMA WATI

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui.”

(QS. Al Baqarah: 216)

“Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali.”

(HR Tirmidzi)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas berkat, rahmat, dan limpahan nikmat-Nya, sehingga penulis bisa diberikan kemudahan dan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan seluruh kerendahan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi teladan dan semoga solawat serta salam selalu tercurahkan kepada beliau.
3. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Sukino dan Ibu Misri Lestari yang selalu memberikan dukungan moral maupun material serta memberikan motivasi dan doa yang tiada henti-hentinya sehingga saya bisa menyelesaikan jenjang sarjana.
4. Bapak Nur Achmad, S.E., M.Si., MCE selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan serta saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak M. Sholahuddin, S.E., M.Si., Ph.D. dan Bapak Kussudyarsana S.E., M.Si., Ph.D. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktunya untuk menguji serta memberikan saran kepada penulis.

ABSTRAK

Analisis penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *endorse* terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui pengaruh *endorse* terhadap keputusan pembelian dengan *brand image* sebagai variabel intervening, untuk mengetahui pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian dengan *brand image* sebagai variabel intervening studi kasus produk kosmetik Make Over. Pembaharuan pada penelitian ini yaitu menggunakan brand image sebagai variabel intervening. Studi yang dilakukan pada konsumen produk kosmetik Make Over. Sampel yang diambil dalam studi tersebut sebanyak 100 responden. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data primer yang didapatkan melalui kuisioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik multikolinearitas, dan uji hipotesis, Berdasarkan hasil analisis yang ditemukan maka dapat dijelaskan bahwa *endorse*, *brand awareness*, dan *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Make Over.

Kata Kunci : *Endorse, Brand Awareness, Keputusan Pembelian, Brand Image.*

ABSTRACT

The analysis of this study aims to determine the effect of endorsement on purchasing decisions, to determine the effect of brand awareness on purchasing decisions, to determine the effect of endorsement on purchasing decisions with brand image as an intervening variable, to determine the effect of brand awareness on purchasing decisions with brand image as an intervening variable the case of Make Over products. The update in this research is to use brand image as an intervening variable. Studies conducted on consumers of Make Over cosmetic products. The samples taken in the study were 100 respondents. Types and sources of data in this study are quantitative data, namely primary data obtained through questionnaires. The sampling technique uses non probability sampling. The analytical method used is validity test, reliability test, classic assumption test multicollinearity, and hypothesis testing. Based on the results of the analysis found, it can be explained that endorsement, brand awareness, and brand image have a positive and significant influence on purchasing decisions for Make Over cosmetic products.

Keywords: *Endorse, Brand Awareness, Purchase Decision, Brand Image.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil 'alamin segala puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Endorse* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Produk Kosmetik Make Over)”.

Penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
3. Ibu Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan dorongannya dalam membantu menyelesaikan perkuliahan penulis.
5. Bapak Nur Achmad, S.E., M.Si., MCE selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan serta saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak M. Sholahuddin, S.E., M.Si., Ph.D. dan Bapak Kussudyarsana S.e., M.si., Ph.D. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktunya untuk menguji serta memberikan saran kepada penulis.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang telah

membimbing serta memberikan ilmunya kepada mahasiswa dan telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.

8. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Sukino dan Ibu Misri Lestari yang selalu memberikan dukungan moral maupun material serta memberikan motivasi dan doa yang tiada henti-hentinya sehingga saya bisa menyelesaikan jenjang sarjana.
9. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih terdapat kekurangan baik dalam penulisan maupun penyajian. Oleh karena itu untuk segala kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk penyempurnaan skripsi ini khususnya bagi peneliti selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan semoga menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 12 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	II
HALAMAN PERSETUJUAN.....	III
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	IV
MOTTO.....	V
PERSEMBAHAN.....	VI
ABSTRAK.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN.....	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Hipotesis.....	24
D. Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
C. Data dan Sumber Data.....	31
D. Metode Pengumpulan Data.....	31

E. Populasi dan Sampel	32
F. Metode Analisis Data	32
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	39
A. Karakteristik Responden	39
B. Evaluasi Model.....	42
C. Uji Validitas.....	42
D. Uji Reliabilitas	45
E. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	47
F. Hasil Pengujian Hipotesis	50
G. Pembahasan.....	51
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Keterbatasan Penelitian.....	59
C. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 4.1 Data Sampel Penelitian	39
Tabel 4.2 Hasil Karakteristik Responden.....	40
Tabel 4.3 Hasil Karakteristik Responden.....	40
Tabel 4.4 Hasil Karakteristik Responden.....	41
Tabel 4.5 Hasil Karakteristik responden	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	43
Tabel 4.7 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	44
Tabel 4.8 <i>Cross Loading</i>	44
Tabel 4.9 Uji <i>Composite Reliability</i>	45
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas (VIF).....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji R^2	48
Tabel 4.13 <i>Hasil Analisis NFI</i>	49
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis serta Hubungan Langsung dan Tidak Langsung	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i>	42
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i>	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2. Outer Model.....	67
Lampiran 3. Inner Model	68
Lampiran 4. Hasil Uji Outer Loading	69
Lampiran 5. Hasil Uji Cross Loading	70
Lampiran 6. Hasil Uji Cronbach's Alpha.....	71
Lampiran 7. Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	72
Lampiran 8. Hasil Uji AVE	73
Lampiran 9. Hasil Uji Multikolinearitas (VIF)	74
Lampiran 10. Hasil Uji R^2	75
Lampiran 11. Hasil Analisis NFI.....	76
Lampiran 12. Hasil Uji Hipotesis.....	77