



**PENGARUH *BRAND AWARENES, BRAND ASSOCIATION,*
BRAND LOYALTY, PERCEIVED QUALITY, PRICING
POLICY, CELEBRITY ENDORSEMENT, LIFESTYLE
DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SCARLETT
WHITENING**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

ADE PUTRI YUNIA SARI

41220029

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIA YU
2024**



**PENGARUH *BRAND AWARENES, BRAND ASSOCIATION,*
BRAND LOYALTY, PERCEIVED QUALITY, PRICING
POLICY, CELEBRITY ENDORSEMENT, LIFESTYLE
DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SCARLETT
WHITENING**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

ADE PUTRI YUNIA SARI

41220029

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIA YU**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, BRAND LOYALTY, PERCEIVED QUALITY, PRICING POLICY, CELEBRITY ENDORSEMENT, LIFESTYLE* DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING”**

Oleh

Nama : **ADE PUTRI YUNIA SARI**

NIM : 41220029

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal 5 Agustus 2024.

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Mukhroji, S.E., M.M.
NIDN. 0621058902

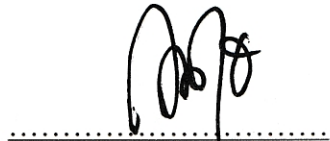
Dosen Penguji I

Dr. Qori Al Banin, S.E., M.Si.
NIDN. 0607098601

Dosen Penguji II

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIDN. 0622059001


Tanda Tangan,



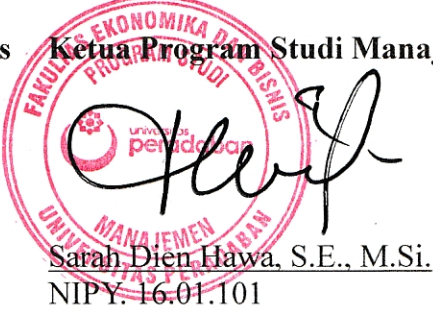
**Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal 22. Agustus 2024**

Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Mukhroji, S.E., M.M.
NIPY. 16.02.120



Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si.
NIPY. 16.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ade Putri Yunia Sari

NIM : 41220029

Jurusan : Manajemen

Memaparkan dengan jujur, bahwa skripsi ini merupakan karya orisinal saya sepenuhnya, dan tidak ada bagian dari tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai milik saya, kecuali disebutkan secara tertulis dalam naskah ini dan tercantum dalam daftar Pustaka.

Jika dikemudian hari nanti terungkap atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat, saya siap menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh berdasarkan skripsi ini.

Paguyangan, 5 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Ade Putri Yunia Sari

NIM. 41220029

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya anjatkan kepada Allah SWT, karena dengan izin dan Rahmat-Nya saya berhasil menyelesaikan skripsi ini. Penelitian skripsi ini merupakan Langkah yang harus saya tempuh untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Saya menyadari sepenuhnya bahwa pengerjaan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sejak masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban sekaligus dosen pembimbing skripsi, telah dengan penuh dedikasi menyediakan waktu, tenaga, pikiran, untuk membimbing serta memberikan masukan yang sangat berharga dalam proses penelitian skripsi ini.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si. selaku ketua jurusan program studi Manajemen Universitas Peradaban.
4. Dosen penguji I dan II yang telah memberikan arahan dan berkontribusi dalam perbaikan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terima kasih atas pengetahuan dan pengalaman berharga yang telah saya peroleh selama menyelesaikan studi ini.
6. Ayahanda tercinta, Bapak Tohir Slamet selaku orang tua peneliti yang sudah membesarkan, mendidik, serta memberikan kasih sayang yang tiada hentinya dan selalu memberikan dukungan baik moral maupun materiil, dukungan yang

penuh baik lahir mapupun batin serta selalu memanjatkan doa kepada peneliti. terima kasih sudah berjuang demi tercapainya cita-cita peneliti. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dengan kebahagiaan yang penuh kepada orang tua peneliti. Aamiin, ya Rabbal Alamiin.

7. Pintu surgaku, ibunda Maryati Yuliana selaku orang tua peneliti yang sudah membesarkan, mendidik serta memberikan kasih sayang yang tiada hentinya dan selalu memberikan dukungan baik moral maupun materiil, dukungan yang penuh baik lahir mapupun batin serta selalu memanjatkan doa kepada peneliti. terima kasih sudah berjuang demi tercapainya cita-cita peneliti. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dengan kebahagiaan yang penuh kepada orang tua peneliti. Aamiin, ya Rabbal Alamiin.
8. Ibunda Sumyati, selaku ibu sambung yang sudah memberikan kasih sayangnya layaknya ibu kandung. Terima kasih telah memberikan dukungan penuh terhadap peneliti demi tercapainya cita-cita peneliti.
9. Septian Dwi Saputra dan Abydzar Asraf Almundziri selaku adik kandung dari peneliti yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti.
10. Agnesta Dwi Laksmi Nenti selaku sepupu yang sudah menemani hari-hari peneliti dan sudah bersedia mendengarkan keluh kesah peneliti serta memberikan semangat terhadap peneliti.
11. Winda Fajrinanti dan Utari Dwi Kartikananda selaku sahabat dekat peneliti yang terus menerus memberikan dukungan terhadap peneliti. Serta teman-teman Manajemen Angkatan 2020 yang telah mewarnai perjalanan perkuliahan peneliti.

12. Seluruh orang baik di sekitar peneliti yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang membuat peneliti percaya bahwa di dunia ini masih banyak kebaikan yang perlu ditebar.
13. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan, 5 Agustus 2024

Penulis

Ade Putri Yunia Sari

NIM. 41220029

ABSTRAK

Berkembangnya cara pandang akan penampilan membuat seseorang akan melakukan perawatan terhadap wajah dan tubuhnya dengan menggunakan produk-produk perawatan yang sesuai dengan kulitnya. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, seseorang perlu melakukan pembelian terhadap produk-produk perawatan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh *brand awareness*, *brand association*, *brand loyalty*, *perceived quality*, *pricing policy*, *celebrity endorsement*, *lifestyle*, dan label halal terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 179 sampel dengan Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand awareness*, *brand association*, *brand loyalty*, *perceived quality*, dan *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan, variabel *celebrity endorsement* berpengaruh negative dan signifikan. Sedangkan variabel *pricing policy* dan label halal tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk Scarlett Whitening.

Kata Kunci: *brand awarness*, *brand association*, *brand loyalty*, *perceived quality*, *pricing policy*, *celebrity endorsement*, *lifestyle*, label halal dan Keputusan pembelian.

ABSTRACT

The development of a perspective on the appearance will make a person have treatment for their face and body using treatment products that suit their skin. To fulfill these necessities, someone will make a purchase on these treatment products. This research aims to determine and test the influence of brand awareness, brand association, brand loyalty, perceived quality, pricing policy, celebrity endorsement, lifestyle, halal label on purchase decisions of Scarlett Whitening's products. The research method used in this research is a quantitative method. The sample collection technique in this research uses a non-probability sampling technique using purposive sampling method. The number of samples in this research were 179 respondents with an analytical method using multiple linear regression analysis with the help of SPSS. The research results show that variables brand awareness, brand association, brand loyalty, perceived quality, and lifestyle have a positive effect and significant, variable celebrity endorsement has a negative effect and significant. Meanwhile variables pricing policy and halal label have no effect on purchase decisions of Scarlett Whitening's products.

Keywords: *brand awareness, brand association, brand loyalty, perceived quality, pricing policy, celebrity endorsement, lifestyle, halal label and purchase decisions.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	13
A. Telaah Pustaka	13
1. Keputusan Pembelian.....	13
2. <i>Brand Awareness</i>	15
3. <i>Brand Association</i>	17
4. <i>Brand Loyalty</i>	19

5. <i>Perceived Quality</i>	20
6. <i>Pricing Policy</i>	22
7. <i>Celebrity Endorsement</i>	25
8. <i>Lifestyle</i>	26
9. Label Halal	29
B. Perumusan Model Penelitian	31
1. Penelitian Terdahulu.....	31
2. Perumusan Hipotesis.....	37
3. Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	45
A. Metode Penelitian	45
1. Jenis Penelitian.....	45
2. Lokasi Penelitian.....	45
3. Waktu Penelitian	45
4. Populasi dan Sampel	45
5. Sumber Data.....	47
6. Teknik Pengumpulan Data	48
7. Definisi Konsep dan Operasional Variabel	49
B. Teknik Analisis Data	52
1. Uji Instrumen	53
2. Analisis Deskriptif	54
3. Uji Asumsi Klasik	56
4. Analisis Regresi Berganda	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
1. Sejarah Scarlett Whitening.....	61
2. Gambaran Umum Responden	62
B. Analisis Data dan Pembahasan	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Definisi Operasional Variabel	49
Tabel 2. Skala Likert	55
Tabel 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4 Data Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 5 Data Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	65
Tabel 6 Hasil Uji Validitas	66
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	70
Tabel 9 Deskripsi Variabel Brand Awareness.....	71
Tabel 10 Deskripsi Variabel Brand Association.....	73
Tabel 11 Deskripsi Variabel Brand Loyalty	75
Tabel 12 Deskripsi Variabel Perceived Quality.....	76
Tabel 13 Deskripsi Variabel Pricing Policy.....	77
Tabel 14 Deskripsi Variabel Celebrity Endorsement	79
Tabel 15 Deskripsi Variabel Lifestyle	80
Tabel 16 Deskripsi Variabel Label Halal.....	81
Tabel 17 Hasil Uji Kolmogorov-smirnov	83
Tabel 18 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	84
Tabel 19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	86
Tabel 20 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	87
Tabel 21 Hasil Uji F	92
Tabel 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi	92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Pertumbuhan Industri Kecantikan Dari 2015 Sampai 2023.....	1
Gambar 2. Grafik Penjualan Scarlett Whitening dari 2021-2023	2
Gambar 3. 5 Body Lotion dengan Penjualan Terbanyak Berdasarkan Market Share	3
Gambar 4. 7 Top Brand Face Oil dengan Hasil Perawatan Kulit Wajah Mewah ...	3
Gambar 5. Proses Pengambilan Keputusan	14
Gambar 6 Kerangka Penelitian	43
Gambar 7 Bukti Scarlett Whitening telah terdaftar BPOM	62
Gambar 8 Bukti Scarlett Whitening telah Bersertifikat Halal	62
Gambar 9 Hasil Uji Normalitas	83
Gambar 10 Hasil Uji Scatterplot.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	116
Lampiran 2. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y).....	121
Lampiran 3. Tabulasi Data Brand Awareness (X1).....	126
Lampiran 4. Tabulasi Data Brand Association (X2)	131
Lampiran 5. Tabulasi Data Brand Loyalty (X3)	136
Lampiran 6. Tabulasi Data Perceived Quality (X4).....	141
Lampiran 7. Tabulasi Data Pricing Policy (X5).....	146
Lampiran 8. Tabulasi Data Celebrity Endorsement (X6).....	151
Lampiran 9. Tabulasi Data Lifestyle (X7)	156
Lampiran 10. Tabulasi Data Label Halal (X8).....	161
Lampiran 11. Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	166
Lampiran 12. Hasil Analisis Deskriptif Brand Awareness (X1)	168
Lampiran 13. Hasil Analisis Deskriptif Brand Association (X2).....	171
Lampiran 14. Hasil Analisis Deskriptif Brand Loyalty (X3).....	174
Lampiran 15. Hasil Analisis Deskriptif Perceived Quality (X4)	177
Lampiran 16. Hasil Analisis Deskriptif Pricing Policy (X5)	179
Lampiran 17. Hasil Analisis Deskriptif Celebrity Endorsement (X6)	182
Lampiran 18. Hasil Analisis Deskriptif Lifestyle (X7).....	184
Lampiran 19. Hasil Analisis Deskriptif Label Halal (X8)	186
Lampiran 20. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	188
Lampiran 21. Hasil Uji Validitas Brand Awareness (X1)	189
Lampiran 22. Hasil Uji Validitas Brand Associations (X2)	190

Lampiran 23. Hasil Uji Validitas Brand Loyalty (X3).....	191
Lampiran 24. Hasil Uji Validitas Perceived Quality (X4)	192
Lampiran 25. Hasil Uji Validitas Pricing Policy (X5)	193
Lampiran 26. Hasil Uji Validitas Celebrity Endorsement (X6)	194
Lampiran 27. Hasil Uji Validitas Lifestyle (X7)	195
Lampiran 28. Hasil Uji Validitas Label Halal (X8)	196
Lampiran 29. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	197
Lampiran 30. Hasil Uji Reliabilitas Brand Awareness (X1)	198
Lampiran 31. Hasil Uji Reliabilitas Brand Association (X2)	199
Lampiran 32. Hasil Uji Reliabilitas Brand Loyalty (X3).....	200
Lampiran 33. Hasil Uji Reliabilitas Perceived Quality (X4)	201
Lampiran 34. Hasil Uji Reliabilitas Pricing Policy (X5)	202
Lampiran 35. Hasil Uji Reliabilitas Celebrity Endorsement (X6).....	203
Lampiran 36. Hasil Uji Reliabilitas Lifestyle (X7).....	204
Lampiran 37. Hasil Uji Reliabilitas Label Halal (X8)	205
Lampiran 38. Hasil Uji Normalitas	206
Lampiran 39. Hasil Uji Heterokedastisitas	207
Lampiran 40. Hasil Uji Multikolinearitas	208
Lampiran 41. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	209
Lampiran 42. Lampiran Riwayat Hidup Peneliti	210