

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH  
(Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas  
Ekonomi Universitas Bangka Belitung)**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**

**NAMA : RASTI CALVINASARI  
NIM : 302 12 11 077**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS  
EKONOMI UNIVERSITAS BANGKA  
BELITUNG  
2016**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH  
(Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas  
Ekonomi Universitas Bangka Belitung)**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**

**NAMA : RASTI CALVINASARI  
NIM : 302 12 11 077**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS  
EKONOMI UNIVERSITAS BANGKA  
BELITUNG  
2016**

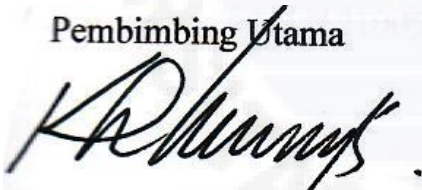


**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN**  
**MANAJEMEN**


**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Rasti Calvinasari  
NIM : 302 12 11 077  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung)

**Pembimbing Utama**

  
Khairiyansyah, S.E., M.M  
NIP.197903152012121005

**Pembimbing Pendamping**

  
Dian Prihardini W, S.E., M.M  
NIP.198207222014042002

Balunijuk, 16 Agustus 2016

**Ketua Jurusan Manajemen**

  
Maya Yusnita, S.E., M.Si.  
NIP.198605082014042001

## PENGESAHAN SKRIPSI

### SKRIPSI BERJUDUL

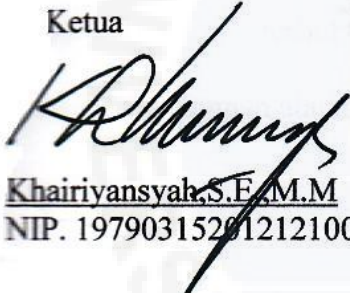
**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KOSMETIK  
WARDAH (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas  
Ekonomi Universitas Bangka Belitung)**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Rasti Calvinasari  
Nomor Induk Mahasiswa : 302 12 11 077

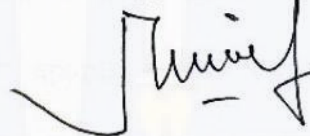
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 09 Agustus 2016 dan  
telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

#### Tim Penguji :

Ketua

  
Khairiyansyah, S.E., M.M.  
NIP. 197903152012121005

Anggota

  
Erwin S.E., M.M., P.hD  
NP. 506507013

Anggota

  
Hidayati, S.E., M.M.  
NP. 506306010

Balunijuk, 16 Agustus 2016  
Universitas Bangka Belitung  
Fakultas Ekonomi Jurusan  
Manajemen

Dekan

  
Dr. Reniati S.E., M.Si  
NP. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen

  
Maya Yusnita, S.E., M.Si.  
NIP. 198605082014042001

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul: “ **Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung)**”, adalah hasil tulisan saya sendiri, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan hukuman yang berlaku”.

Balunujuk, 16 Agustus 2016

Pe  
  
METERAI  
TEMPEL  
TGL. 20  
ESDEFADF659883304  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
  
Rasti Calvinasari

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

"Seseorang yang optimis akan melihat adanya kesempatan di setiap malapetaka, sedangkan orang pesimis melihat malapetaka dalam setiap kesempatan."

—Nabi Muhammad SAW—

"Tidak ada yang tidak mungkin, sampai kata 'tidak mungkin' itu Anda proyeksikan pada pikiran Anda sendiri. Kata-kata adalah doa. Sekaligus rencana yang kita ajukan pada semesta." —Lenang Manggala—

"Engkau yang bersabar dalam keringat dan air mata, akan berbahagia dalam kedamaian dan kesejahteraan" —Mario Teguh—

"Kemenangan dicapai dengan tekad; tekad tercapai dengan pemikiran, dan pikiran dibentuk dengan menjaga rahasia" —Ali Bin Abi Thalib—

"Hidup itu jangan selalu melihat keatas, melihat mereka yang berlebih, jangan selalu banyak kemauan. Lihatlah kebawah, lebih banyak bersyukur maka hidupmu akan tenang dan damai" —Mom—

**Skripsi ini kupersembahkan untuk :**

- *Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala nikmat yang diberikan untuk penulis. Sehingga tiada alasan bagi penulis untuk berhenti bersyukur. "Alhamdulillah ya Allah".*
- *Orang tuaku tercinta, **Ibunda MARYANA dan Ayahanda RASIDI AMAR** Betapa tak ternilai kasih sayang dan pengorbanan kalian padaku. Terimakasih atas dukungan moril maupun materil untukku selama ini. Kalian inspirasiku, motivasiku, dan guru terbaikku. You are my everything.*
- *Adikku **Veren Calviandra**, kakak sepupuku **Cahya Febrianti**, adik sepupuku **Nuruliah Astri** terimakasih atas dukungan dan canda tawanya.*
- *Seseorang yang selalu di hati mood booster sekaligus moodbreaker-ku **Ilham Saputra** yang selalu mendukung dan selalu ada untukku disaat aku tak sanggup lagi melangkah, mendengar setiap suka duka pengerjaan skripsiku, Thanks for everything.*
- *Sahabat-sahabat terbaikku **Puspitasari, Veronica AP, Adhana NF dan Irfan Junizar** terima kasih untuk selalu menemani dan untuk semua bantuannya.*
- *Sahabat-sahabat "gila" dan sahabat seperjuangan semasa kuliah **Arnovita, Dina Pratiwi, Sielvina Mirani, Ambar Lestari, Hermila Harzalia, Neviah Luthfi Annisa, Nopry yanti, Ardi Sugara, Alvin, Hendri** terimakasih kegilaannya selama ini.*
- *Teman-teman seperjuangan (Bigfam) **Ayu L, Lingga, Riski E.D, Rahmawati U, Aryadi, Wila, Astuti, Hegi, Randi, Beroan, Dewi, Fike, Budi, Lutfi, Anita, Riko S, Susan, Feriyanto, Dedi Gunawan**, terima kasih atas segalanya dan bantuannya. Terima kasih kepada **Pak Somad** selaku satpam parkir fakultas Ekonomi yang senantiasa setia mendengar keluh kesah kami para mahasiswa tingkat akhir khususnya kelas MN1'12 Dan seluruh **teman-teman KKN angkatan X MATRAS** tidak bisa di sebutkan satu per satu, terimakasih atas dukungannya, semoga jalinan persahabatan kita tetap terjalin.*

- *Semua Pihak yang mendukung dalam penyelesaian skripsi ini, yang memberikan do'a, bantuan & semangat. Terima kasih.*
- *Almamater Kebanggaanku, Universitas Bangka Belitung.*





## **ABSTRACT**

Rasti Calvinasari. 302 12 11 077.

### ***The Effects Of Celebrity Endorser and Product Quality on Consumer's Interest in Buying Wardah Cosmetics (A Study of the Students of the Faculty of Economics of University Bangka Belitung)***

*The purpose of this study is to determine the effects of celebrity endorser and product quality on the dependent variable i.e. consumer's interest in buying Wardah Cosmetics. The population in this study consist of 606 female students of the Faculty of Economics, Universitas Bangka Belitung, who use Wardah products. This is a descriptive quantitative research with a sample of 241 respondents obtained using accidental sampling technique. The instruments are tested using validity and reliability tests. The method of data analysis used in this study is multiple linear regressions with  $t$  test and  $F$  test.*

*The  $t$  test on  $X$  shows that for  $X_1$ :  $t_{value} (0,945) > t_{table} (1,970)$ , and for  $X_2$ :  $t_{value} (6,329) > t_{table} (1,970)$ . Therefore, both  $X_1$  and  $X_2$  have partial effects on  $Y$ . The  $F$  test result shows that  $F_{value} (45,094) > F_{table} (3,033)$ , while the significance is  $0,000 < \alpha$  at significance level of  $0,05$ , this that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, which means that celebrity endorser and product quality simultaneously and significantly affect the interest of buying. The coefficient of determination (Adjusted  $R$  Square) is of  $0,275$  or  $27,5\%$ , which means that the variation of consumer's buying interest in Wardah Cosmetics can be explained by celebrity endorser and product quality.*

***Keywords: Celebrity Endorser, product quality, and Buying Interest***

## ABSTRAK

### **Rasti Calvinasari. 302 12 11 077. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh unsur *celebrity endorser* dan kualitas produk, sedangkan variabel terikatnya adalah minat beli konsumen produk kosmetik Wardah. Populasi penelitian ini adalah para para mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung yang menggunakan produk kosmetik Wardah berjumlah 606 mahasiswi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 241 responden sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t dan uji F.

Hasil penelitian variabel independen  $X_1$  diperoleh  $t_{hitung} (0,945) > t_{tabel}(1,970)$ , dan variabel  $X_2$   $t_{hitung} (6,329) > T_{tabel}(1,970)$ . Maka variabel  $X_1$  berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y, dan variabel  $X_2$  berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y. Hasil uji F menunjukkan bahwa  $F_{hitung} (45.094) > F_{tabel} (3,033)$ , sedangkan signifikansi adalah  $0,000 < \alpha$  pada taraf signifikansi 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti *celebrity endorser* dan kualitas produk secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi minat beli secara signifikan. Sedangkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,275 atau 27,5% yakni berarti variasi variabel minat beli konsumen produk kosmetik Wardah dapat dijelaskan oleh variabel *celebrity endorser* dan kualitas produk

Kata kunci : *Celebrity endorser*, Kualitas Produk dan Minat Beli

## **KATA PENGANTAR**

Dengan Menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih Lagi MahaPenyayang.Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul“Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Ir.Muh.Yusuf, M.Si. selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati,S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung
3. BapakKhairiyansyah, S.E.,M.Mselaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dian Prihardini Wibawa, S.E.,M.Mdosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan

arahan yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Ibu Maya Yusnita, S.E.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
6. Bapak Khairiyansah,S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik saya, kelas MN1 Angkatan 2012.
7. Bapak dan Ibu dosensertaseluruh staff Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
8. Para mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitungyang telah bersedia meluangkan waktu dan menjadi responden penelitian ini.
9. Kedua orang tuaku, IbundaMaryanadan Ayahanda Rasidi untuk do'a dan dukungannya yang tiada henti.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Atas segala bantuan serta amal baik semua pihak yang telah membantu, semoga mendapat ridho Allah SWT. Penulis sangat menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna,mengingat kurangnya kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu,saran dan kritik dari pembaca yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat. Khususnya bagi penulis sendiri dan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Balun ijuk, 16Agustus2016  
Penulis,

RastiCalvinasari

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah .....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
1.6 Sistematika Penelitian.....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>15</b>

2.1 Teori Manajemen .....	15
2.1.1 Pengertian Manajemen .....	15
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	15
2.2 Pemasaran .....	16
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	16
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	18
2.3 <i>Celebrity Endorser</i> .....	20
2.3.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i> .....	20
2.3.2 Faktor-Faktor <i>Celebrity Endorser</i> .....	22
2.3.3 Kriteria <i>Celebrity Endorser</i> .....	24
2.4 Kualitas Produk.....	25
2.4.1 Pengertian Produk.....	25
2.4.2 Pengertian Kualitas Produk .....	26
2.4.3 Atribut Produk .....	27
2.4.4 Tingkatan Produk.....	28
2.4.5 Klasifikasi Produk.....	29
2.4.6 Dimensi Kualitas Produk.....	30
2.5 Minat Beli .....	32
2.5.1 Pengertian Minat Beli .....	32
2.5.2 Tahap-Tahap Pembelian .....	33
2.5.3 Tipe-Tipe Pembelian.....	34
2.5.4 Dimensi Minat Beli.....	36
2.6 PenelitianTerdahulu .....	37
2.7 Kerangka Berpikir.....	38
2.8 Hipotesis .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	44
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	45
3.3 Populasi dan Sampel.....	45
3.3.1 Populasi Penelitian .....	45
3.3.2 Sampel Penelitian .....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.4.1 Jenis dan Sumber Data .....	46
3.4.2 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	49
3.6 Teknik Analisis Data .....	52
3.6.1 Analisis Deskriptif dan Analisis Verifikatif .....	52
3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	56
3.6.4 Analisis Regresi Berganda .....	58

3.6.5 Pengujian Hipotesis .....	58
3.6.6 Analisis Koefisien Determinasi .....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	61
4.1.1 PT. Paragon Technology and Innovation .....	61
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	62
4.1.3 Varian Produk Kosmetik Wardah .....	63
4.2 Hasil Penelitian.....	67
4.2.1 Hasil Karakteristik Responden .....	67
4.3 Hasil Deskriptif Variabel.....	71
4.3.1 Hasil Deskriptif <i>Celebrity endorser</i> .....	71
4.3.2 Hasil Deskriptif Kualitas Produk.....	78
4.3.3 Hasil Deskriptif Minat Beli .....	88
4.4 Hasil Analisis Data .....	95
4.4.1 Uji Validitas.....	95
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	96
4.4.3 Uji Asumsi Klasik .....	97
4.4.4 Uji T/ Uji Parsial .....	103
4.4.5 Uji F.....	105
4.4.6 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	107
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	108
4.5.1 Gambaran .....	108
4.5.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah.....	109
4.5.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah.....	110
4.5.4 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah .....	111
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>112</b>
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	<i>Top Brand Index</i> Kategori Produk Lipstik.....	7
Tabel I.2	<i>Top Brand Index</i> Kategori Bedak Muka .....	7
Tabel I.3	<i>Top Brand Index</i> Wardah 2015.....	8
Tabel I.4	Data Pra-Penelitian.....	9
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel III.1	Skala Pengukuran Variabel .....	48
Tabel III.2	Definisi Operasional.....	50
Tabel III.3	Kategori Skala.....	54
Tabel IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Semester..	67
Tabel IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan .....	69
Tabel IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian Produk .....	70
Tabel IV.4	Hasil Penelitian Deskriptif <i>Visibility</i> .....	71
Tabel IV.5	Hasil Penelitian Deskriptif <i>Visibility</i> .....	72
Tabel IV.6	Hasil Penelitian Deskriptif <i>Credibility</i> .....	73
Tabel IV.7	Hasil Penelitian Deskriptif <i>Credibility</i> .....	74
Tabel IV.8	Hasil Penelitian Deskriptif <i>Attraction</i> .....	74
Tabel IV.9	Hasil Penelitian Deskriptif <i>Attraction</i> .....	75
Tabel IV.10	Hasil Penelitian Deskriptif <i>Power</i> .....	76
Tabel IV.11	Hasil Penelitian Deskriptif <i>Power</i> .....	77
Tabel IV.12	Rata-rata penilaian Kosumen Kosmetik Wardah terhadap <i>Celebrity Endorser</i> .....	78
Tabel IV.13	Hasil Penelitian Deskriptif Kinerja .....	79
Tabel IV.14	Hasil Penelitian Deskriptif Kinerja .....	79



Tabel IV.15	Hasil Penelitian Deskriptif Keistimewaan Tambahan .....	80
Tabel IV.16	Hasil Penelitian Deskriptif Keistimewaan Tambahan .....	81
Tabel IV.17	Hasil Penelitian Deskriptif Keandalan .....	81
Tabel IV.18	Hasil Penelitian Deskriptif Keandalan .....	82
Tabel IV.19	Hasil Penelitian Deskriptif Kesesuaian Spesifikasi .....	83
Tabel IV.20	Hasil Penelitian Deskriptif Kesesuaian Spesifikasi .....	83
Tabel IV.21	Hasil Penelitian Deskriptif Daya Tahan.....	84
Tabel IV.22	Hasil Penelitian Deskriptif Daya Tahan.....	85
Tabel IV.23	Hasil Penelitian Deskriptif Estetika .....	85
Tabel IV.24	Hasil Penelitian Deskriptif Estetika .....	86
Tabel IV.25	Rata-Rata Penilaian Konsumen terhadap Kualitas Produk .....	87
Tabel IV.26	Hasil Penelitian Deskriptif Minat Transaksional .....	88
Tabel IV.27	Hasil Penelitian Deskriptif Minat Transaksional .....	89
Tabel IV.28	Hasil Penelitian Deskriptif Minat Referensial .....	89
Tabel IV.29	Hasil Penelitian Deskriptif Minat Referensial .....	90
Tabel IV.30	Hasil Penelitian Deskriptif Minat Preferensial .....	91
Tabel IV.31	Hasil Penelitian Deskriptif Minat Preferensial .....	91
Tabel IV.32	Hasil Penelitian Deskriptif Minat Eksploratif.....	92
Tabel IV.33	Hasil Penelitian Deskriptif Minat Eksploratif.....	93
Tabel IV.34	Rata-Rata Penilaian Konsumen terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah .....	93
Tabel IV.35	Hasil Rekap Analisis Deskriptif.....	94
Tabel IV.36	Hasil Uji Validitas.....	95
Tabel IV.37	Hasil Uji Reliabilitas .....	96
Tabel IV.38	Hasil Uji Multikolonieritas .....	99

Tabel IV.39	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	102
Tabel IV.40	Hasil Uji t.....	104
Tabel IV.41	Hasil Uji F.....	106
Tabel IV.42	Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R_2$ ).....	107



## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Berpikir.....	39
Gambar IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Semester.....	68
Gambar IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	69
Gambar IV.3	Hasil karakteristik responden berdasarkan lama pemakaian produk.....	70
Gambar IV.4	Hasil Uji Normalitas.....	98
Gambar IV.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	101



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 2	Kuesioner
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity</i>
	<i>Endorser</i>
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 7	Hasil Analisis Regresi
Lampiran 8	Kartu Bimbingan