



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *CELEBRITY***

**ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERLENGKAPAN**

**KOMPUTER MEREK REXUS**

**Oleh:**

**Nama : Mishael**

**Nim : 29170294**

**Skripsi**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**

**Konsentrasi Pemasaran**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**SEPTEMBER 2021**

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

PENGESAHAN

**PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, DAN CELEBRITY  
ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PERLENGKAPAN KOMPUTER MEREK REXUS**

Diajukan Oleh

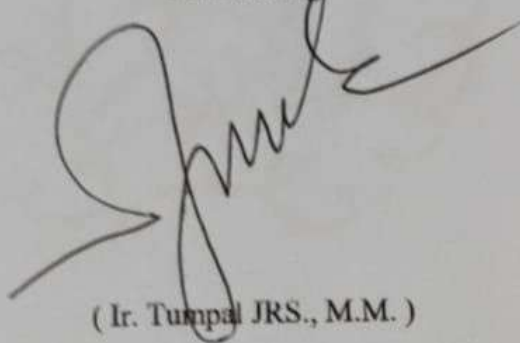
Nama : Mishael

Nim : 29170294

Jakarta, 24 September 2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing



( Ir. Tumpal JRS., M.M. )

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2021**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

Mishael / 29170294 / 2021 / Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian pada perlengkapan komputer merek Rexus.

Era globalisasi ini telah menjadikan teknologi informasi dan komputer sangat berperan penting dalam kehidupan masyarakat. Perkembangan pada bidang teknologi informasi dan komputer juga mendukung perkembangan pada bidang perlengkapan komputer atau aksesoris komputer seperti *mouse*, *keyboard*, *headset*, dan lainnya yang memiliki peran penting dalam menjalankan komputer tersebut sehingga memberikan kenyamanan bagi penggunaannya. Rexus merupakan salah satu merek perlengkapan atau aksesoris komputer yang berkembang dengan cepat, sehingga menjadikannya sebagai *brand* pilihan bagi banyak masyarakat Indonesia. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian pada Perlengkapan Komputer merek Rexus.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Brand Image*, *Product Quality*, *Celebrity Endorser*, dan Keputusan pembelian. Variabel independen pada penelitian ini adalah *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Celebrity Endorser*, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian. Objek Penelitian ini adalah perlengkapan komputer merek Rexus

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 sampel konsumen yang pernah membeli dan menggunakan Perlengkapan Komputer merek Rexus. Penarikan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dengan teknik *judgment sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan *Brand Image* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Product Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan *Celebrity Endorser* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Penelitian ini menunjukkan bahwa responden telah menilai *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Celebrity Endorser* Rexus dengan baik. Namun, disarankan Rexus harus dapat lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas *Brand Image* supaya dikenal oleh konsumen, *Product Quality* meningkatkan daya tahan dari produk Rexusnya, dan *Celebrity Endorser* dengan memilih selebriti yang dikenal masyarakat dan mampu menjelaskan produknya dengan baik.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, *Product Quality*, *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian.



## ABSTRACT

Mishael / 29170294 / 2021 / *The Effect of Brand Image, Product Quality, Celebrity Endorser on Purchase Decisions on Rexus brand computer equipment* / Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Today, computers and information technology play a significant role in people's lives. Developments in the field of information technology and computers also encourage advancements in the field of computer equipment or computer accessories, such as mouse, keyboards, headsets, and other items that play a significant part in the operation of the computer so that provide comfort to its users. Rexus is one of the fastest-growing computer equipment and accessory brands in Indonesia, and many Indonesians prefer it. Therefore, researchers are interested in conducting a study titled *The Effect of Brand Image, Product Quality, and Celebrity Endorser on Purchase Decisions on Rexus brand computer equipment*.

The theories used in this study are Brand Image, Product Quality, Celebrity Endorser, and Purchase Decision. Brand Image, Product Quality, and Celebrity Endorser are the independent variables in this study, while Purchase Decision is the dependent variable. The Rexus brand computer equipment, is the object of this study.

The descriptive analysis and multiple regression analysis methods were used in this study. The information was gathered by distributing a questionnaire to 100 consumers who have purchased and used Rexus brand Computer Equipment. Sampling is done by non-probability sampling with judgment sampling technique.

The results of this study indicate that Brand Image has a significant positive effect on Purchase Decisions, Product Quality has a significant positive effect on Purchase Decisions, and Celebrity Endorser has a significant positive effect on Purchase Decisions.

This study shows that respondents have assessed the Brand Image, Product Quality, and Celebrity Endorser Rexus well. However, it is suggested that Rexus should pay more attention to and improve the quality of its Brand Image so that it is known by consumers, Product Quality increases the durability of its Rexus products, and Celebrity Endorser by choosing celebrities who are known to the public and are able to explain their products well.

**Keywords:** Brand Image, Product Quality, Celebrity Endorser, Purchase Decision.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih karunia, dan anugerah-Nya yang tak terhingga, sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.

Penelitian ini dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan kelulusan untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen di Kwik Kian Gie School Of Business. Judul yang diajukan adalah “ Pengaruh *Brand Image, Product Quality, Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian pada perlengkapan komputer merek Rexus

Peneliti tidak lupa juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu peneliti selama proses penelitian, baik berupa bimbingan, nasihat, dukungan, motivasi, bantuan, dan saran sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Peneliti khususnya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Tumpal JRS., M.M. Selaku pembimbing yang telah membantu, membimbing dan mengarahkan peneliti selama proses pembuatan dan sampai skripsi ini selesai dibuat.
- Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Kwik Kian Gie School Of Business yang telah memberikan dukungan dan kesempatan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan proses pembuatan skripsi.
- Bapak Yeremia Sutopo dan ibu Lydia Tjahjowati selaku orang tua yang telah memberikan dukungan penuh, memberikan semangat, dan yang selalu mendoakan peneliti agar proses pembuatan skripsi berjalan dengan baik.





4. Keziah Yelytha Sutopo, Efraim Sutopo, dan Yehezkiel Gabriel Sutopo selaku saudara dan saudari kandung yang juga selalu mendoakan peneliti agar proses pembuatan skripsi berjalan dengan baik.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

5. Teman - teman dari program studi Manajemen yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam proses pembuatan skripsi ini.

6. Pihak-pihak lain yang belum disebutkan, yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan bantuan, semangat, nasihat, dan doa kepada peneliti selama proses pembuatan skripsi berlangsung.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti berharap mendapatkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 6 Agustus 2021

Mishael

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah.....</b>	<b>4</b>
<b>C. Batasan Masalah .....</b>	<b>4</b>
<b>D. Batasan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>E. Rumusan Masalah.....</b>	<b>5</b>
<b>F. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>G. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>6</b>
1. Bagi perusahaan.....	6
2. Bagi peneliti selanjutnya .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>

© Hak cipta milik IBI KwiG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

HaCiptaan dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





<b>A. Landasan Teoritis.....</b>	<b>7</b>
1. <b>Brand (Merek).....</b>	<b>7</b>
a. Pengertian <i>Brand</i> (Merek).....	7
b. Fungsi <i>Brand</i> (Merek).....	7
2. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	8
a. Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	8
b. Pengukuran Citra Merek .....	9
3. <i>Product</i> (Produk) .....	10
a. Pengertian Produk.....	10
b. Tingkatan Produk.....	10
4. <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk).....	11
a. Pengertian <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk).....	11
b. Pengukuran Kualitas Produk.....	12
5. <i>Celebrity Endorser</i> (Pendukung Selebriti) .....	15
a. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i> .....	15
b. Peran <i>Celebrity Endorser</i> .....	16
c. Pengukuran <i>Celebrity Endorser</i> .....	16
6. Keputusan Pembelian.....	18
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	18
b. Tahapan Keputusan Pembelian .....	18
c. Pengukuran Keputusan Pembelian .....	21
<b>B. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>1</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





C. Kerangka Pemikiran .....	25
D. Hipotesis.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
<b>A. Obyek Penelitian .....</b>	<b>28</b>
<b>B. Desain Penelitian .....</b>	<b>28</b>
1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian .....	28
2. Metode Pengumpulan Data .....	28
3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel .....	29
4. Tujuan Studi .....	29
5. Dimensi Waktu .....	29
6. Cakupan Topik .....	29
7. Lingkungan Penelitian .....	30
8. Kesadaran Persepsi Partisipan.....	30
<b>C. Variabel Penelitian .....</b>	<b>30</b>
1. Variabel Brand Image .....	30
2. Variabel Product Quality.....	32
3. Variabel Celebrity Endorser .....	34
4. Variabel Keputusan Pembelian .....	36
<b>D. Teknik Pengambilan Sampel .....</b>	<b>37</b>
<b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>38</b>
<b>F. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>39</b>
1. Pengujian Data.....	39

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2.	Analisis Deskriptif .....	40
3.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>47</b>
<b>A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....</b>		<b>47</b>
<b>B. Analisis Deskriptif .....</b>		<b>50</b>
1.	Pengujian Data.....	50
2.	Analisis Deskriptif .....	59
<b>C. Hasil Penelitian.....</b>		<b>65</b>
1.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
2.	Uji Asumsi Klasik.....	66
3.	Uji Kesesuaian Model (Uji F) .....	67
4.	Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T).....	68
<b>D. Pembahasan.....</b>		<b>69</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>72</b>
<b>A. Simpulan .....</b>		<b>72</b>
<b>B. Saran.....</b>		<b>72</b>
1.	Bagi Perusahaan .....	73
2.	Penelitian Selanjutnya .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>74</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>76</b>

Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR TABEL

Tabel 2	1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3	1 Pengukuran <i>Brand Image</i> .....	31
Tabel 3	2 Pengukuran <i>Product Quality</i> .....	32
Tabel 3	3 Pengukuran <i>Celebrity Endorser</i> .....	34
Tabel 3	4 Pengukuran Keputusan Pembelian .....	36
Tabel 3	5 Rentang Skala.....	41
Tabel 4	1 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> .....	50
Tabel 4	2 Hasil Uji Validitas <i>Product Quality</i> .....	51
Tabel 4	3 Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	54
Tabel 4	4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	55
Tabel 4	5 Hasil Uji Reabilitas <i>Brand Image</i> .....	57
Tabel 4	6 Hasil Uji Reabilitas <i>Product Quality</i> .....	57
Tabel 4	7 Hasil Uji Reabilitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	58
Tabel 4	8 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4	9 Rata-Rata dan Selang Kepercayaan 95% <i>Brand Image</i> .....	59
Tabel 4	10 Rata-Rata dan Selang Kepercayaan 95% <i>Product Quality</i> .....	60
Tabel 4	11 Rata-Rata dan Selang Kepercayaan 95% <i>Celebrity Endorser</i> .....	62
Tabel 4	12 Rata-Rata dan Selang Kepercayaan 95% Keputusan Pembelian .....	64
Tabel 4	13 Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4	14 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	67
Tabel 4	15 Hasil Uji F.....	67
Tabel 4	16 Hasil Uji T.....	68

© Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

1. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Top Brand Index Perangkat Komputer For Teens Index 2020 .....	2
Gambar 1. 2	Top Brand Index Perangkat Komputer for Gen Z 2021 .....	3
Gambar 2. 1	Tahapan Keputusan Pembelian .....	19
Gambar 2. 2	Diagram Kerangka Pemikiran .....	27
Gambar 4. 1	Logo Rexus.....	49
Gambar 4. 2	Produk Rexus.....	49

© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN .....	76
Lampiran 2 DATA HASIL PRA-KUESIONER (30 RESPONDEN).....	81
Lampiran 3 HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS.....	85
Lampiran 4 DATA HASIL KUESIONER (100 RESPONDEN).....	89
Lampiran 5 HASIL ANALISIS DESKRIPTIF.....	98
Lampiran 6 ANALISIS REGRESI GANDA .....	102
Lampiran 7 UJI ASUMSI KLASIK .....	103
Lampiran 8 UJI KESESUAIAN MODEL (UJI F) .....	104
Lampiran 9 UJI KOEFISIEN REGRESI PARSIAL (UJI t) .....	105

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak Cipta Milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.