

PENGARUH HARGA , KUALITAS PRODUK DAN CELEBRITY

ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE

SOMETHINC (DI DAERAH JAKARTA)

Oleh:

Nama : Ni Putu Meilinda Permata

NIM : 29160315

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

PENGESAHAN

PENGARUH HARGA , KUALITAS PRODUK DAN *CELEBRITY* ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SKINCARE* SOMETHINC (DI DAERAH JAKARTA)

Diajukan Oleh:


Nama : Ni Putu Meilinda Permata

NIM : 29160315

Jakarta, September 2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Ir. Dergibson Siagian, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2021

© 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

- 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

Ni Putu Meilinda Permata / 29160315 / 2021 / Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Celebrity Endorsement* Terhadap Minat Beli Produk *Skincare* Somethinc / Pembimbing : Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Dalam persaingan yang kompetitif, faktor-faktor seperti harga, kualitas produk, *celebrity endorsemet* dan minat beli merupakan hal penting dalam menunjang kesuksesan suatu *brand*. Dengan menentukan harga yang sesuai dengan kualitas produk *brand* tersebut, maka akan meningkatkan minat beli konsumen sehingga dapat terjadi pembelian dan jika kualitas yang dimiliki produk Somethinc ini baik, maka tentu para *celebrity endorsement* akan memberikan pendapat yang baik sehingga akan berdampak positif bagi para konsumen yang mempercayai *beauty vlogger* tersebut, sehingga dapat meningkatkan minat beli dari para konsumen. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh harga, kualitas produk dan *celebrity endorsement* terhadap minat beli produk *skincare* Somethinc.

Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah teori harga, kualitas produk *celebrity endorsement* dan minat beli. Dalam penelitian ini, harga, kualitas produk dan *celebrity endorsement* sebagai variabel independen dan minat beli sebagai variabel dependen.

Obyek penelitian ini adalah produk *skincare* Somethinc. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi, maka dari itu kuisioner online disebar melalui Google Form sebanyak 112 responden yang mengetahui, menggunakan produk Somethinc dan mengenal Tasya Farasya sebagai *celebrity endorsement* Somethinc. Prosedur yang digunakan untuk pengujian metode dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Model*) dengan menggunakan WarpPls 7.0 dan SPSS 20.

Output yang dihasilkan menunjukkan bahwa Kesesuaian harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk *skincare* Somethinc. Sedangkan kualitas produk dan *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *skincare* Somethinc.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah ada satu hipotesis yang tidak terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan. Dan ada dua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, *Celebrity Endorsement*, Minat Beli

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
Hati-hati! Ditinjau dari Undang-undang
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.

ABSTRACT

Ni Putu Meilinda Permata / 29160315 / 2021 / *The Influence of Price, Product Quality and Celebrity Endorsements on Interest in Buying Somethinc Skincare Products* / Advisor : Ir. Dergibson Siagian, M.M.

In competitive competition, factors such as price, product quality, celebrity endorsement and buying interest are important in supporting the success of a brand. By determining the price in accordance with the quality of the brand's product, it will increase consumer buying interest so that purchases can occur and if the quality of this Somethinc product is good, then of course celebrity endorsements will give good opinions so that it will have a positive impact on consumers who trust the beauty vlogger, so that it can increase consumer buying interest. Therefore, the authors are interested in conducting research on the effect of price, product quality and celebrity endorsement on interest in buying Somethinc skincare products.

The theory used to support this writing is the theory of price, product quality, celebrity endorsement and buying interest. In this study, price, product quality and celebrity endorsement as independent variables and buying interest as the dependent variable.

The object of this research is Somethinc skincare products. The data collection method in this study used the communication method, therefore online questionnaires were distributed through Google Form as many as 112 respondents who knew, used Somethinc products and knew Tasya Farasya as a celebrity endorsement of Somethinc. The procedure used for testing methods and data processing is a structural equation model (Structural Equation Model) using WarpPls 7.0 and SPSS 20.

The resulting output shows that price suitability has no significant effect on buying interest in Somethinc skincare products. While product quality and celebrity endorsement have a positive and significant effect on buying interest in Somethinc skincare products.

The conclusion of this study is that there is one hypothesis that is not proven to have a positive and significant effect. And there are two existing hypotheses that have been shown to have a positive and significant effect.

Keywords: Price, Product Quality, Celebrity Endorsement, Buying Interest





DAFTAR ISI

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.

PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	8
D. Batasan Penelitian.....	8
E. Rumusan masalah	8
F. Tujuan Penelitian.....	9
G. Manfaat Penelitian	9
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Terlebih Dahulu	20
C. Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis Penelitian	24
BAB III.....	25
METODOLOGI PENELITIAN	25
A.Obyek Penelitian.....	25
B.Desain Penelitian	25
C.Variabel Penelitian.....	27
D.Teknik Pengambilan Sampel	31



E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV.....	42
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	42
B. Presentase Responden Berdasarkan Pengalaman Mengetahui, Penggunaan, Membeli Skincare Somethinc Dan Mengenal Tasya Farasya Sebagai Celebrity Endorsemen.....	45
C. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	46
D. Hasil Penelitian.....	61
E. Pembahasan.....	62
BAB V.....	65
KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	70

HaCita Biliting Jndng-
Ditang 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	20
Tabel 3.1 Butir Pernyataan Variabel Harga	27
Tabel 3.2 Butir Pernyataan Kualitas Produk	28
Tabel 3.3 Butir Pernyataan <i>Celebrity Endorsement</i>	29
Tabel 3.4 Butir Pernyataan Minat Beli	30
Tabel 4.1 Presentase Responden Berdasarkan Pengalaman Mengetahui <i>Skincare</i> Something	45
Tabel 4.2 Presentase Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan <i>Skincare</i> Something	45
Tabel 4.3 Presentase Responden Berdasarkan Mengetahui Tasya Farasya	46
Tabel 4.4 Pengujian Validitas Variabel Harga	47
Tabel 4.5 Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk	47
Tabel 4.6 Pengujian Validitas Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	48
Tabel 4.7 Pengujian Validitas Variabel Minat Beli.....	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.9 Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.10 Skor Rata-Rata Variabel Harga	51
Tabel 4.11 Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel 4.12 Skor Rata - Rata Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	56
Tabel 4.13 Skor Rata – Rata Variabel Minat Beli.....	57
Tabel 4.14 Hasil Evaluasi Model Struktural	59
Tabel 4.15 Pengaruh Antar Variabel	61

© Hak Cipta Milik IBKKG (Insitut 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 IBKKG.

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran – Lampiran	70
Lampiran I Kuesioner Penelitian	70
A. Variabel Harga.....	72
B. Variabel Kualitas Produk.....	72
C. Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	73
D. Variabel Minat Beli	74
Lampiran II Jawaban Responden	75
Lampiran III Hasil Output	77
1. Uji Validitas (<i>Factor Loading and P-Value</i>).....	77
2. Uji Reliabilitas	77
3. Profile Responden.....	78
4. Statistik Deskriptif Setiap Variabel	78
5. Hasil Pengujian Hipotesis.....	90
6. Pengaruh Langsung Antar Variabel.....	90

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta milik IBKKG 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 IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



DAFTAR PUSTAKA

1.) Buku Teks

Donald R. Cooper, Pamela S. Schindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 12-
Jakarta: Salemba Empat

Ghozali, Imam dan Latan, Hengky (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan program WarpPls 5.0*, Edisi ke-3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Philip Kotler dan Gary Armstrong (2018). *Principles of Marketing*, 17th Global Edition. New Jersey: Pearson Prentice

Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2018), *Marketing Management, 14th Global Edition*, p. cm

2.) Jurnal

Anggraeni, Rima Dwi, Edriana Pangestuti, and Lussy Deasyana Rahma Devita. 2018. "Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Make Up Brand Lokal (Survey Pada Peminat Kosmetik LT Pro Yang Dipengaruhi Oleh Video Vlog Ini Vindy Di Kota Malang)Jurnal Administrasi Bisnis." *Jurnal Administrasi Bisnis* 60 (1): 155–62. <http://www.indonesiaeconomicforum.com>.

Aptaguna, Angga, and Endang Pitaloka. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek." *Widyakala Journal* 3 (2012): 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>.

Ariyanti, Anik, and Rochmad Fadjat Darmanto. 2020. "Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Wardah Cosmetics." *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* 17 (2): 143. <https://doi.org/10.33370/jmk.v17i2.465>.

Aswad, Syaiful, Realize Realize, and Ronald Wangdra. 2018. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center." *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)* 6 (2): 77. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>.

Bakti, Umar, Hairudin, and Maria Septijantini Alie. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Di Bandar Lampung." *Jurnal Ekonomi* 22 (1): 101–18. <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>.

Halim, Nico Rifanto, and Donant Alananto Iskandar. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas* 4 (3): 415–24.

Ifur, Anwar, and Satrio Budhi. 2009. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Budhi Satrio Sekolah Tinggi



3.) Website dari Media Internet

Bagusmana.id 2021 Bagus mana Somethinc vs Avoskin diakses 2021
<https://bagusmana.id/bagus-mana-somethinc-vs-avoskin/>

Instagram, <https://www.instagram.com/somethincofficial/>

Instagram, <https://www.instagram.com/tasyafarasya/>

Kompas.com 2021, Mengenal Irene Ursula, Perempuan di Balik Kesuksesan Produk Kecantikan Lokal Somethinc, di akses 24 April 2021
<https://www.kompas.com/parapuan/read/532665005/mengenal-irene-ursula-perempuan-di-balik-kesuksesan-produk-kecantikan-lokal-somethinc>

Kontan.co.id 2019 Pasar produk perawatan kulit punya potensi berkembang, di akses 14 Agustus 2019
<https://industri.kontan.co.id/news/pasar-produk-perawatan-kulit-punya-potensi-berkembang>

Kumparan.com 2020 Ini 5 Brand Skincarew Penyumbang Penjualan Terbesar di E-commerce, diakses 15 September 2019
<https://kumparan.com/swaonline/ini-5-brand-skincare-penyumbang-penjualan-terbesar-di-e-commerce-1uCiWjcfHw4>

Somethinc, <https://somethinc.com/en/>

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.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Hyang Widhi Wasa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, tugas akhir dengan judul “ Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli Produk *Skincare* Somethinc” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Kwik Kian Gie School Of Business.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Namun penulis berharap, tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis lainnya untuk menerapkan pengetahuan yang telah didapat dan memperoleh pengalaman baru yang tidak dapat diperoleh dari perkuliahan. Dalam menyusun tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, arahan, bantuan, dukungan dan doa dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Ir. Dergibson Siagian, M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu. Tenaga dan pikiran didalam melkukan proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen Kwik Kian Gie School of Business yang telah mendidik membimbing, serta memberikan bekal ilmu kepada penulis hingga pada akhir studi kuliah.
3. Orang tua, tante, adik yang selalu mendukung penulis dalam mengerjakan skripsi ini melalui doa, semangat, dukungan, hiburan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.





4. Sahabat penulis Meisya, Elsera, Sellinia, Karin, Ruthyana, Charlie dan seluruh anak – anak BIMOVER yang telah mendukung, menyemangati, membantu, serta menghibur penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam tugas akhir ini, oleh karena itu penulis memohon maaf atas kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca dan dapat menjadi referensi yang baik bagi para peneliti selanjutnya.

Jakarta, September 2021

Penulis

Ni Putu Meilinda Permata

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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

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.



LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran I

Kuesioner Penelitian

Kepada para responden yang terhormat, perkenalkan saya Ni Putu Meilinda Permata, mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie program studi Manajemen Pemasaran. Pada saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir saya yaitu PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SKINCARE SOMETHINC* ". Oleh karena itu, saya mohon partisipasi serta ketersediaan anda untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan pengalaman dan pendapat anda mengenai produk ini . Setiap jawaban yang anda berikan sangat berarti bagi penulis. Atas Ketersediaan anda mengisi kuesioner ini saya mengucapkan terima kasih.

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Email :

Pertanyaan Umum :

Apakah anda mengetahui Produk *skincare* Somethinc ?

a. Ya, Saya tahu

b. Tidak Tahu (Stop sampai sini)

Apakah anda pernah menggunakan produk *skincare* Somethinc ?

a. Ya, pernah

b. Tidak pernah (stop sampai disini)



A. Variabel Harga :

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			1	2	3	4	5
1.	Keterjangkauan harga	Harga produk <i>skincare</i> Somethinc terjangkau untuk saya					
2.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga produk <i>skincare</i> Somethinc menurut saya sesuai dengan kualitasnya					
3.	Daya saing harga	Harga produk <i>skincare</i> Somethinc menurut saya sesuai dengan kualitasnya					
4.	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga produk <i>skincare</i> Somethinc sesuai dengan manfaat yang tertera pada label produk					

B. Variabel Kualitas Produk

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			1	2	3	4	5
1.	Bentuk	Produk <i>skincare</i> Somethinc memiliki varian poduk yang cukup banyak, sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen					
2.	Hitur	Varian produk <i>skincare</i> Somethinc lebih memiliki banyak manfaat dalam mencerahkan kulit konsumen					
3.	Kualitas Kinerja	Efek produk <i>skincare</i> Somethinc memiliki kualitas kinerja lebih cepat dari pada produk <i>skincare</i> lain					
4.	Kualitas Kesesuaian	Kualitas Produk <i>skincare</i> Somethinc sesuai dengan spesifikasi yang tertera di label produk					
5.	Ketahanan	Rentang waktu kadaluarsa produk <i>skincare</i> Somethinc relatif lama sehingga mampu digunakan dalam jangka waktu yang cukup lama					
6.	Keandalan	<i>Skincare</i> Somethinc memiliki kelebihan dalam merawat wajah konsumen					

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.

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



7.	Kemudahan Perbaikan	Produk <i>skincare</i> Somethinc memberikan kemudahan dalam retur barang jika diterima rusak oleh konsumen					
8.	Gaya	Produk <i>skincare</i> Somethinc memiliki desain yang menarik dan khas					
9.	Penyesuaian	Spesifikasi kualitas produk <i>skincare</i> Somethinc sesuai dengan label pada kemasan produknya					

C. Variabel Celebrity Endorsement

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			1	2	3	4	5
1.	Dapat dipercaya	Tasya Farasya dapat dipercaya, dalam memberikan opininya terhadap produk <i>skincare</i> Somethinc					
2.	Keahlian	Tasya Farasya memiliki pengetahuan dan keahlian dalam bidang kecantikan sehingga memiliki banyak penonton yang percaya terhadap <i>review</i> produknya.					
3.	Daya Tarik	Tasya Farasya memiliki daya tarik fisik yang menarik bagi penontonnya					
4.	Kualitas dihargai	Tasya Farasya mampu memberikan keyakinan bahwa produk <i>skincare</i> Somethinc lebih baik dari pada produk lain					
5.	Kesamaan	Tasya Farasya banyak memiliki kesamaan dengan penontonnya, contohnya tipe kulit					

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.

D. Variabel Minat Beli

No	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			1	2	3	4	5
1	Minat Transaksional	Saya tertarik membeli produk <i>skincare</i> Somethinc					
2	Minat Referensial	Saya akan mereferensikan produk <i>skincare</i> Somethinc kepada orang lain					
3	Minat Preferensial	Saya lebih memilih produk <i>skincare</i> Somethinc dari pada produk lain					
4	Minat Eksploratif	Saya tertarik dengan produk <i>skincare</i> Somethinc dan mencari tahu varian produk <i>skincare</i> Somethinc					

C

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin 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.



Lampiran II

Jawaban Responden

	HG1	HG2	HG3	HG4	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	MB1	MB2	MB3	MB4
1	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4
2	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	4
5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
6	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4
8	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4
9	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3
10	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5
11	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
12	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4
13	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
14	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
15	5	4	3	3	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	5	5	4	3
16	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3
17	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	3	4	3	4	3
18	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
19	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
20	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4
21	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
22	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
23	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4
24	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	5
25	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
26	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
27	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
29	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
30	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4
31	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
32	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	2
33	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
36	4	5	4	4	5	4	3	3	5	3	4	3	2	4	3	1	2	3	3	2	3	3
37	2	3	4	1	2	3	4	3	5	3	5	2	4	5	2	1	4	2	4	2	4	3
38	3	4	3	4	5	1	2	3	3	4	4	5	5	5	5	1	4	4	5	3	4	5
39	4	2	3	4	2	4	2	1	1	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2
40	3	4	4	2	4	2	3	4	2	4	2	3	5	5	1	4	4	2	4	4	2	4
41	5	5	4	3	1	2	3	3	2	4	2	4	3	3	3	1	5	4	5	2	4	2
42	4	4	5	3	5	3	5	3	4	5	3	5	4	4	4	3	3	5	2	4	4	2
43	3	5	4	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	4	3	2	1	2	3	5	2	3
44	3	4	4	3	5	2	4	3	4	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3
45	3	4	3	4	2	4	3	3	2	1	1	2	2	3	1	1	3	2	2	2	1	1
46	3	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4
47	3	4	3	3	4	4	1	2	4	3	3	4	4	4	5	5	4	2	1	3	1	2
48	4	3	4	5	3	4	5	3	4	3	4	5	2	1	2	3	3	3	3	2	4	2
49	4	5	3	4	3	4	2	3	1	1	3	2	3	4	3	4	4	5	3	2	1	3
50	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
51	1	2	2	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	4	3
52	4	3	5	4	3	2	1	1	3	4	5	5	5	4	3	4	4	3	4	3	4	5
53	4	4	3	2	1	1	1	2	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	3	2	3	3

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

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.



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

Hak Cipta 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.

54	3	4	3	4	3	4	2	4	2	4	3	2	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	
55	4	3	4	2	1	2	2	3	3	2	3	2	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	2	1
56	3	3	4	2	4	3	2	4	2	3	4	3	3	4	2	4	2	4	2	4	2	3	3	4
57	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4
58	3	4	2	2	3	2	2	3	4	5	4	5	3	5	4	3	4	2	3	4	4	4	3	3
59	3	4	5	3	4	2	4	2	4	3	4	2	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3
60	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3
61	5	3	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
62	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
63	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5
64	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	2	2	3	3
65	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3
66	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
67	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5
69	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4
70	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
71	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
72	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
73	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4
74	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
75	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
76	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
77	4	2	1	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5
78	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	1	1
79	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5
80	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
81	2	2	4	3	4	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
82	4	4	4	3	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4
83	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4
84	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
85	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
86	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3
87	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	3	4
88	4	4	1	2	4	1	1	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	3
89	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	2	2	2	2	4	3	3	4
90	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
91	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	2	2	3	2	1	3	3	3	5	4	4	5	5
92	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
93	4	4	3	3	4	3	5	4	3	5	4	3	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4
94	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
95	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
96	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
97	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
98	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
99	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
101	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4
102	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
103	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
104	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5
105	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4
106	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4
107	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5
108	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4
109	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
110	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
111	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
112	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4

Sumber : Data Kuisioner



Lampiran III Hasil Output

1. Uji Validitas (*Factor Loading and P-Value*)

	HG	KP	CE	MB	Type (as defined)	SE	P value
HG1	(0.755)	-0.238	0.089	0.306	Reflective	0.078	<0.001
HG2	(0.712)	0.087	-0.060	-0.313	Reflective	0.079	<0.001
HG3	(0.762)	0.023	-0.008	0.010	Reflective	0.078	<0.001
HG4	(0.784)	0.128	-0.023	-0.019	Reflective	0.077	<0.001
KP1	0.256	(0.617)	-0.090	-0.161	Reflective	0.081	<0.001
KP2	0.365	(0.677)	-0.052	-0.017	Reflective	0.079	<0.001
KP3	0.197	(0.763)	-0.263	0.204	Reflective	0.078	<0.001
KP4	0.006	(0.719)	-0.216	0.023	Reflective	0.079	<0.001
KP5	-0.047	(0.734)	-0.238	-0.128	Reflective	0.078	<0.001
KP6	-0.052	(0.750)	-0.036	0.193	Reflective	0.078	<0.001
KP7	-0.405	(0.677)	0.163	0.069	Reflective	0.079	<0.001
KP8	-0.050	(0.674)	0.184	-0.182	Reflective	0.079	<0.001
KP9	-0.305	(0.584)	0.710	-0.063	Reflective	0.081	<0.001
CE1	-0.349	0.458	(0.617)	-0.429	Reflective	0.081	<0.001
CE2	0.013	0.263	(0.816)	-0.054	Reflective	0.077	<0.001
CE3	0.133	-0.087	(0.791)	-0.036	Reflective	0.077	<0.001
CE4	-0.069	-0.188	(0.769)	0.161	Reflective	0.078	<0.001
CE5	0.190	-0.352	(0.805)	0.265	Reflective	0.077	<0.001
MB1	0.011	-0.033	0.181	(0.784)	Reflective	0.077	<0.001
MB2	0.129	-0.094	0.057	(0.770)	Reflective	0.078	<0.001
MB3	-0.167	0.038	-0.013	(0.847)	Reflective	0.076	<0.001
MB4	0.044	0.083	-0.223	(0.786)	Reflective	0.077	<0.001

Notes: Loadings are unrotated and cross-loadings are oblique-rotated. SEs and P values are for loading.

Sumber : Output WarpPLS

2. Uji Reliabilitas

	HG	KP	CE	MB
Composite reliab.	0.840	0.891	0.874	0.874
Cronbach's alpha	0.746	0.862	0.818	0.808
Avg. var. extrac.	0.568	0.477	0.583	0.635

Sumber : Output WarpPLS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

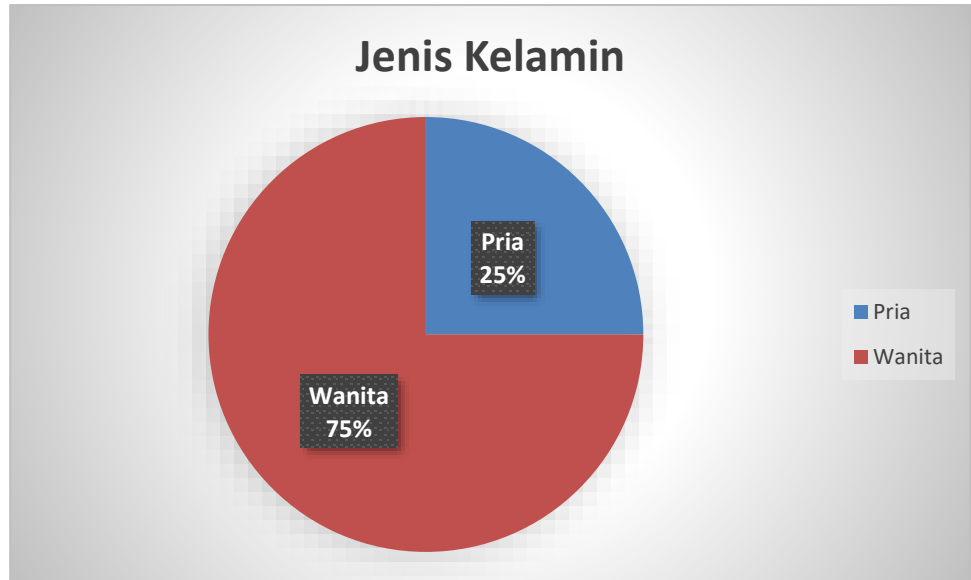
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



3. Profile Responden

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a) Persentase berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Data Kuisiner

4. Statistik Deskriptif Setiap Variabel

a) Skor Rata-rata Variabel Harga

HG1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,9	,9	,9
	2	2	1,8	1,8	2,7
	3	14	12,5	12,5	15,2
	4	49	43,8	43,8	58,9
	5	46	41,1	41,1	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

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.



HG2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	3,6	3,6	3,6
	3	10	8,9	8,9	12,5
	4	64	57,1	57,1	69,6
	5	34	30,4	30,4	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

HG3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,8	1,8	1,8
	2	3	2,7	2,7	4,5
	3	12	10,7	10,7	15,2
	4	58	51,8	51,8	67,0
	5	37	33,0	33,0	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

HG4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,9	,9	,9
	2	7	6,3	6,3	7,1
	3	17	15,2	15,2	22,3
	4	57	50,9	50,9	73,2
	5	30	26,8	26,8	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

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

Hak Cipta 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b) Skor Rata-rata Variabel Kualitas Produk

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KP1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2,7	2,7	2,7
	2	4	3,6	3,6	6,3
	3	13	11,6	11,6	17,9
	4	53	47,3	47,3	65,2
	5	39	34,8	34,8	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

KP2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2,7	2,7	2,7
	2	8	7,1	7,1	9,8
	3	11	9,8	9,8	19,6
	4	55	49,1	49,1	68,8
	5	35	31,3	31,3	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

KP3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	3,6	3,6	3,6
	2	7	6,3	6,3	9,8
	3	12	10,7	10,7	20,5
	4	51	45,5	45,5	66,1
	5	38	33,9	33,9	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

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.



KP4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,8	1,8	1,8
	2	4	3,6	3,6	5,4
	3	23	20,5	20,5	25,9
	4	54	48,2	48,2	74,1
	5	29	25,9	25,9	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

KP5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,8	1,8	1,8
	2	7	6,3	6,3	8,0
	3	15	13,4	13,4	21,4
	4	53	47,3	47,3	68,8
	5	35	31,3	31,3	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

KP6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,8	1,8	1,8
	2	3	2,7	2,7	4,5
	3	19	17,0	17,0	21,4
	4	52	46,4	46,4	67,9
	5	36	32,1	32,1	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

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

Hak Cipta 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

KP7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,9	,9	,9
	2	4	3,6	3,6	4,5
	3	19	17,0	17,0	21,4
	4	61	54,5	54,5	75,9
	5	27	24,1	24,1	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

KP8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	8,0	8,0	8,0
	3	16	14,3	14,3	22,3
	4	48	42,9	42,9	65,2
	5	39	34,8	34,8	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

KP9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	5,4	5,4	5,4
	3	17	15,2	15,2	20,5
	4	52	46,4	46,4	67,0
	5	37	33,0	33,0	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

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) Skor Rata-rata Variabel *Celebrity Endorsement*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

CE1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,8	1,8	1,8
	2	4	3,6	3,6	5,4
	3	15	13,4	13,4	18,8
	4	63	56,3	56,3	75,0
	5	28	25,0	25,0	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

CE2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2,7	2,7	2,7
	2	6	5,4	5,4	8,0
	3	13	11,6	11,6	19,6
	4	56	50,0	50,0	69,6
	5	34	30,4	30,4	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

CE3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	4,5	4,5	4,5
	2	6	5,4	5,4	9,8
	3	15	13,4	13,4	23,2
	4	49	43,8	43,8	67,0
	5	37	33,0	33,0	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



CE4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,8	1,8	1,8
	2	7	6,3	6,3	8,0
	3	15	13,4	13,4	21,4
	4	51	45,5	45,5	67,0
	5	37	33,0	33,0	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

CE5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,9	,9	,9
	2	8	7,1	7,1	8,0
	3	18	16,1	16,1	24,1
	4	48	42,9	42,9	67,0
	5	37	33,0	33,0	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

d) Skor Rata-rata Variabel Minat Beli

MB1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,8	1,8	1,8
	2	3	2,7	2,7	4,5
	3	18	16,1	16,1	20,5
	4	50	44,6	44,6	65,2
	5	39	34,8	34,8	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

MB2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	10	8,9	8,9	8,9
	3	13	11,6	11,6	20,5
	4	56	50,0	50,0	70,5
	5	33	29,5	29,5	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

MB3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2,7	2,7	2,7
	2	5	4,5	4,5	7,1
	3	13	11,6	11,6	18,8
	4	56	50,0	50,0	68,8
	5	35	31,3	31,3	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

MB4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2,7	2,7	2,7
	2	6	5,4	5,4	8,0
	3	22	19,6	19,6	27,7
	4	46	41,1	41,1	68,8
	5	35	31,3	31,3	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

Sumber seluruh skor rata-rata variabel : Hasil pengolahan data SPSS

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.

e) Mean dan Interval 95% Setiap Indikat

Descriptives

		<i>Statistic</i>	<i>Std. Error</i>	
HG 1	<i>Mean</i>	4,22	,076	
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>		4,07
		<i>Upper Bound</i>		4,37
HG 2	<i>Mean</i>	4,14	,068	
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>		4,01
		<i>Upper Bound</i>		4,28
HG 3	<i>Mean</i>	4,12	,079	
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>		3,96
		<i>Upper Bound</i>		4,27
HG 4	<i>Mean</i>	3,96	,082	
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>		3,80
		<i>Upper Bound</i>		4,13
KP 1	<i>Mean</i>	4,08	,087	
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>		3,91
		<i>Upper Bound</i>		4,25
KP 2	<i>Mean</i>	3,99	,092	
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>		3,81
		<i>Upper Bound</i>		4,17
KP 3	<i>Mean</i>	4,00	,096	
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>		3,81
		<i>Upper Bound</i>		4,19

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

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

			<i>Statistic</i>	<i>Std. Error</i>
KP 4	<i>Mean</i>		3,93	,083
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>	3,76	
		<i>Upper Bound</i>	4,09	
KP 5	<i>Mean</i>		4,00	,088
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>	3,83	
		<i>Upper Bound</i>	4,17	
KP 6	<i>Mean</i>		4,04	,083
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>	3,88	
		<i>Upper Bound</i>	4,21	
KP 7	<i>Mean</i>		3,97	,076
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>	3,82	
		<i>Upper Bound</i>	4,12	
KP 8	<i>Mean</i>		4,04	,085
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>	3,88	
		<i>Upper Bound</i>	4,21	
KP 9	<i>Mean</i>		4,07	,079
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>	3,92	
		<i>Upper Bound</i>	4,23	
CE 1	<i>Mean</i>		3,99	,079
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>	3,84	
		<i>Upper Bound</i>	4,15	

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

		<i>Statistic</i>	<i>Std. Error</i>	
CE 2	<i>Mean</i>	4,00	,089	
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>		3,82
		<i>Upper Bound</i>		4,18
CE 3	<i>Mean</i>	3,96	,099	
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>		3,76
		<i>Upper Bound</i>		4,15
CE 4	<i>Mean</i>	4,02	,089	
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>		3,84
		<i>Upper Bound</i>		4,19
CE 5	<i>Mean</i>	4,00	,088	
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>		3,83
		<i>Upper Bound</i>		4,17
MB 1	<i>Mean</i>	4,08	,083	
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>		3,92
		<i>Upper Bound</i>		4,25
MB 2	<i>Mean</i>	4,00	,083	
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>		3,84
		<i>Upper Bound</i>		4,17
MB 3	<i>Mean</i>	4,03	,087	
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>		3,85
		<i>Upper Bound</i>		4,20

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.



MB 4	<i>Mean</i>		3,93	,093
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>	3,74	
		<i>Upper Bound</i>	4,11	

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

f) Total Mean dan Interval 95% Setiap Variabel

Descriptives				
			<i>Statistic</i>	<i>Std. Error</i>
HG Total	<i>Mean</i>		4,11	,038
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>	4,04	
		<i>Upper Bound</i>	4,19	
KP Total	<i>Mean</i>		4,01	,028
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>	3,96	
		<i>Upper Bound</i>	4,07	
CE Total	<i>Mean</i>		3,99	,040
	<i>95% Confidence Interval for Mean</i>	<i>Lower Bound</i>	3,92	
		<i>Upper Bound</i>	4,07	
MB Total	<i>Mean</i>		4,01	0,43
	<i>95% Confidence Interval For Mean</i>	<i>Lower Bound</i>	3,92	
		<i>Upper Bound</i>	4,09	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

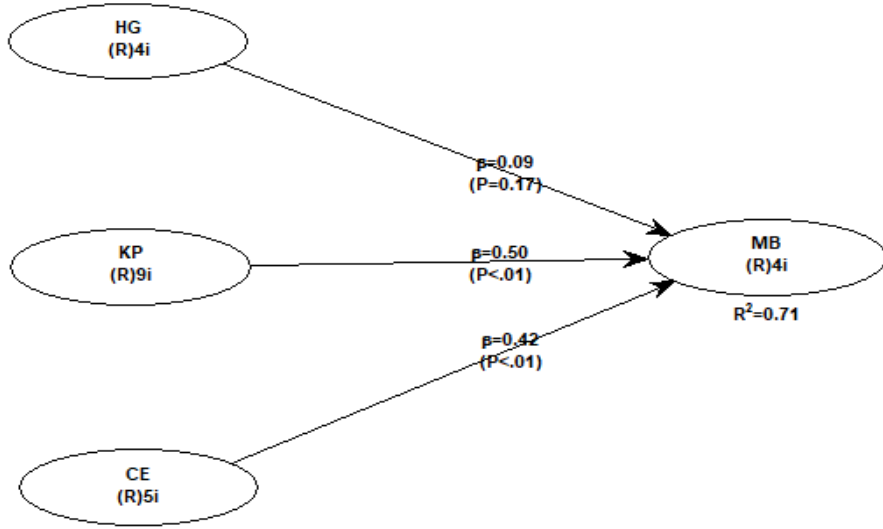
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



5. Hasil Pengujian Hipotesis

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Sumber : Output WarpPLS

6. Pengaruh Langsung Antar Variabel

Path coefficients				
	HG	KP	CE	MB
HG				
KP				
CE				
MB	0.089	0.499	0.423	

P values				
	HG	KP	CE	MB
HG				
KP				
CE				
MB	0.168	<0.001	<0.001	

Sumber : Output WarpPLS

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.