

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, MUTU PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND* LOKAL SEPATU MEREK**

VENTELA DI KLATEN

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Peminatan:

Manajemen Pemasaran



Diajukan Oleh:

MUHAMMAD FARHAN WICAKSONO

2021100001

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN

2024

Acyidh
3/8/24

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, MUTU PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND* LOKAL SEPATU MEREK
VENTELA DI KLATEN**

Diajukan Oleh :

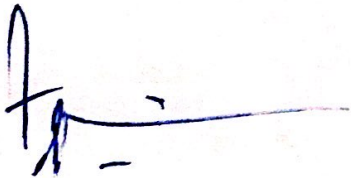
MUHAMMAD FARHAN WICAKSONO

2021100001

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan di hadapan Dewan penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma
Klaten

Pada tanggal

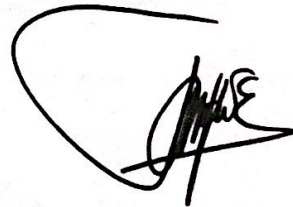
Pembimbing I



Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc

NIK. 690 208 290

Pembimbing II



Dr. Hj. Anis Marjukah, SE, M.M

NIK. 690 994 143

Mengetahui
Ketua Prodi Manajemen



Dr. Hj. Anis Marjukah, SE, M.M
NIK. 690 994 143

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, MUTU PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND* LOKAL SEPATU MEREK
VENTELA DI KLATEN**

Diajukan Oleh :

MUHAMMAD FARHAN WICAKSONO

2021100001

Telah di terima Pembimbing untuk di pertahankan di hadapan Dewan Penguji

Universitas Widya Dharma Klaten

Pada tanggal 8 Juli 2024

Ketua

Dr. H. Arif Julianto SN., SE., M.Si

NIK.690 301 250

Sekretaris

Dr. Abdul Haris, S.E., M.MM.Pd

NIK. 690 995 161

Penguji Utama

Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc

NIK. 690 208 290

Penguji Pendamping

Dr. Hj. Anis Marjukah, SE, M.M

NIK. 690 994 143



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. H. Arif Julianto SN., SE., M.Si

NIK.690 301 250

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : MUHAMMAD FARHAN WICAKSONO
NIM : 2021100001
Prodi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, MUTU PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND* LOKAL SEPATU MEREK VENTELA DI KLATEN” Adalah benar-benar asli karya tulis sendiri. Hal-hal yang bukan karya dalam skripsi ini telah ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik dan bertanggung jawab sepenuhnya.

Klaten, 2024



MUHAMMAD FARHAN WICAKSONO

2021100001

MOTTO

“KEBERHASILAN DIMULAI DENGAN KEBERANIAN”

(STEVE JOBS)

“Orang lain ga akan paham struggle dan masa sulit kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian succes stories nya saja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun tidak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hati ini.

Jadi tetaplah berjuang ya”

**SAYA DATANG, SAYA BIMBINGAN, SAYA UJIAN, SAYA REVISI, DAN
SAYA AKAN MENANG**

PERSEMBAHAN

Pembuatan Persembahan pada skripsi ini dari hati dan yang sangat berpengaruh agar skripsi ini selesai :

- ❖ ALLAH SWT, Puji syukur kepada ALLAH SWT atas karunia serta kemudahan yang di berikan hingga akhirnya Skripsi ini dapat diselesaikan.
- ❖ Untuk kedua orang tuaku Bp.SUHARDI,S.Pd.SD dan Ibu.SUBEKTI RAHAYU,S.Pd terima kasih sudah banyak mensupport dan tidak lupa mengingatkan untuk taat beribadah agar di mudahkan dalam membuat skripsi ini
- ❖ Untuk kakak saya TAUFIK ABDUL MUSTHOHA dan adik saya HANDIKA FAUZI NUGRAHA terimakasih sudah memberikan arahan dan support agar cepat lulus
- ❖ Skripsi ini juga saya persembahkan kepada SRI ROHMAH yang selalu memberi dukungan dan masukan dalam pembuatan skripsi ini karena sering saya repotkan
- ❖ Teman teman terima kasih teman teman ku yang telah membantu dan memberikan semangat
- ❖ Dosen fakultas ekonomi, terimakasih banyak untuk ilmu, didikan yang telah di ajarkan yang sangat sangat berarti kepada saya

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat dan karunia yang telah di berikan oleh ALLAH SWT karena pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu syarat agar bisa mendapatkan gelar sarjana manajemen di Universitas Widya Dharma Klaten. Penulis menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, MUTU PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND* LOKAL SEPATU MEREK VENTELA DI KLATEN”** yang telah melalui bebrapa proses

Penulis menyadari bahwa penulisan dalam pembuatan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan yang dimiliki penulis. Meskipun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan skripsi dengan baik dan benar. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

- ❖ Bapak Prof. Dr. H. Triyono, MPd., selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten
- ❖ Bapak H. Arif Juliyanto, SN, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten
- ❖ Ibu Dr. Hj. Anis Marjukah, SE, M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Widya Dharma Klaten selaku ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi yang telah membimbing dengan sabar dan sangat membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini sampai selesai

- ❖ Keluarga yang sangat saya cintai dan sayangi atas doa dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini
- ❖ Kepada orang yang istimewa SRI ROHMAH telah membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini
- ❖ Pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini

Penulis memohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan dan jauh dari kata sempurna dan di harapkan semoga skripsi ini memberi banyak manfaat kepada kita semua. Aamiin

Klaten, 2024

Penulis

MUHAMMAD FARHAN WICAKSONO

ABSTRAK

Nama: MUHAMMAD FARHAN WICAKSONO, NIM: 2021100001, Dengan skripsi berjudul “PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT, MUTU PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND LOKAL SEPATU MEREK VENTELA DI KLATEN”

Skripsi ini adalah penelitian di lapangan mengenai “*Celebrity Endorsement*, Mutu Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian brand lokal sepatu merek Ventela di Klaten”

Di dalam penelitian saya ini menggunakan metode kuantitatif. *Celebrity endorsement*, mutu produk, dan harga merupakan variabel independen, sedangkan keputusan sebagai variabel dependen. Dalam penelitian saya ini populasi adalah teman saya dan mahasiswa/mahasiswi universitas widya dharma klaten. Jumlah sampel sebanyak 80 responden dari kalangan konsumen yang menggunakan produk sepatu merek ventgela yang berada di kota klaten . Pengambilan sampel menggunakan penyebaran kuisioner dari *google form* dan kuisioner lalu mentabulasikan di ms excel dan olah data menggunakan *SPSS 29 for windows* dengan pengujian yang sesuai dengan apa saya gunakan dalam penelitian saya

Dalam menganalisi data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda (uji t, uji f, dan koefisien determinasi R). *Celebrity Endorsement (X1)*, mutu produk (X2), dan harga (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian brand lokal sepatu merek ventela di kota klaten Hal ini di buktikan pada nilai uji F hitung sebesar 15.073 dan nilai signifikansi 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05 maka regresi linear berganda layak untuk di jadikan alat estimasi dan bisa di lanjutkan ke pengujian selanjutnya bahwa *celebrity endorsement*, mutu produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian brand lokal sepatu merek ventela di klaten.

Abstrak ini memberikan gambaran singkat tentang tujuan, metode hasil, dan kesimpulan dari penelitian yang di lakukan, serta implikasi bagi strategi pemasaran.

Kata kunci:*Celebrity Endosement, Mutu Produk, Harga dan Keputusan Pembelian*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Alasan Pemilihan Judul.....	4
1.2.1 Alasan objektif	4
1.2.2 Alasan subjektif.....	4
1.3 Penegasan Judul.....	5
1.3.1 <i>Celebrity Endorsement</i>	5
1.3.2 Mutu Produk	5
1.3.3 Harga.....	5
1.3.4 Keputusan Pembelian.....	5
1.4 Perumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8

2.1	Manajemen Pemasaran	8
2.1.1	Pengertian Manajemen pemasaran.....	8
2.1.2	Fungsi Manajemen Pemasaran.....	8
2.2	Pemasaran	9
2.2.1	Pengertian Pemasaran	9
2.2.2	Bauran Pemasaran	10
2.2.3	Konsep Pemasaran	11
2.2.4	Sigemnetasi Pemasaran.....	12
2.2.5	Tujuan Pemasaran	13
2.3	<i>Celebrity Endorsement</i>	14
2.3.1	Pengertian <i>Celebrity Endorsement</i>	14
2.3.2	Indikator <i>Celebrity Endorsement</i>	15
2.3.3	Faktor <i>Celebrity Endorsement</i>	15
2.3.4	Jenis <i>Celebrity Endorsement</i>	16
2.4	Mutu Produk	17
2.4.1	Pengertian Mutu Produk	17
2.4.2	Faktor Mutu Produk	18
2.4.3	Tingkatan Produk	19
2.4.4	Indikator Mutu Produk.....	20
2.5	Harga	21
2.5.1	Pengertian Harga.....	21
2.5.2	Faktor Harga.....	22
2.5.3	Dimensi Harga	23
2.5.4	Indikator Harga	23
2.5.5	Tujuan Penetapan Harga	23

2.6	Keputusan Pembelian.....	24
2.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	24
2.6.2	Faktor Keputusan Pembelian	25
2.6.3	Indikator Keputusan Pembelian	27
2.7	Hubungan antara <i>celebrity endorsement</i> dengan keputusan pembelian	27
2.8	Hubungan antara mutu produk dengan keputusan pembelian.....	28
2.9	Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian.....	28
2.10	Hubungan antara <i>celebrity endorsement</i> , mutu produk dan harga terhadap keputusan pembelian	29
2.11	Penelitian Terdahulu.....	29
2.12	Rerangka Pemikiran	33
2.13	Hipotesis.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		35
3.1	Model Penelitian.....	35
3.1.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Subjek dan Objek Penelitian.....	35
3.3	Lokasi Penelitian	35
3.4	Data dan Sumber Data	36
3.5	Variabel Penelitian.....	37
3.6	Indikator Penelitian.....	38
3.7	Populasi dan Sample	39
3.7.1	Populasi.....	39
3.7.2	Sampel.....	39
3.8	Teknik Analisis Data	40
3.8.1	Data Kuantitatif.....	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Identifikasi Responden	45
4.1.1 Deskripsi Kuisisioner	45
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden	45
4.2 Instrumen Penelitian	48
4.2.1 Uji Validitas	48
4.2.2 Uji Reliabilitas	50
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	52
4.2.4 Uji t (Parsial)	54
4.2.5 Uji F (Simultan)	55
4.2.6 Koefisien Determinasi (R^2)	56
4.3 Pembahasan	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

tabel 4. 1 karakteristik jenis kelamin.....	45
tabel 4. 2 karakteristik usia.....	46
tabel 4. 3 karakterisitk status.....	47
tabel 4. 4 celebrity endorsement.....	48
tabel 4. 5 Mutu Produk.....	49
tabel 4. 6 Harga.....	49
tabel 4. 7 Keputusan Pembelian.....	50
tabel 4. 8 Celebrity Endorsement.....	51
tabel 4. 9 Mutu Produk.....	51
tabel 4. 10 Harga.....	51
tabel 4. 11 Keputusan Pembelian.....	51
tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Seluruh Variabel.....	52
tabel 4. 13 Regresi Linear Berganda.....	52
tabel 4. 14 Uji T.....	54
tabel 4. 15 uji f.....	55
tabel 4. 16 determinasi R ²	56

DAFTAR GAMBAR

gambar 1. 1 produk sepatu ventela.....	3
gambar 2. 1 tingkatan produk.....	20
gambar 2. 2 kerangka penelitian	33
gambar 3. 1 skala likert	36
gambar 3. 2 indikator penelitian.....	39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi modern dengan segala Informasi. *Celebrity Endorsement* digunakan sebagai salah satu inovasi dalam bidang periklanan sebuah produk tanpa menggunakan baliho, poster dan brosur maupun media cetak lain. Saat ini para konsumen banyak yang lebih mempercayai rekomendasi dari para *celebrity* yang dikagumi dan dipercayai.

Celebrity endorsement adalah metode pemasaran yang menggunakan selebriti untuk menyampaikan pesan dengan cara yang mudah diingat bagi pelanggan. Rusdi (2023) mengatakan bahwa pengusaha menyukai penggunaan selebriti sebagai *endorser* menyampaikan iklan akan sangat menarik konsumen. Kepopuleran selebriti seakan mudah diingat dan dapat menjadi perhatian bagi banyak khalayak. Penggunaan strategi *endorsement* adalah promosi yang dilakukan oleh individu yang populer media sosial yang besar dengan berbagai evaluasi terhadap perusahaan atau barang yang diiklankan (Ridha et al., 2018). Iklan *endorsement* untuk melakukan promosi dan menarik perhatian kepada publik, sehingga mampu meningkatkan penjualan produk. Dalam hal ini, selebriti dengan harga tinggi dapat memberikan kesan eksklusivitas dan kemewahan, sedangkan selebriti dengan harga rendah cocok untuk produk dengan harga rendah.

Mutu produk menurut Sudaryono (2023) kemampuan sesuatu benda untuk memberikan kepuasan yang melebihi harapan pelanggan sehingga menimbulkan perasaan yang memuaskan dari keinginan dan kebutuhan pelanggan. Bisnis yang berfokus pada kepuasan pelanggan membutuhkan berbagai jenis penelitian untuk menentukan bagaimana pelanggan merespon kualitas produk perusahaan dengan mengukur tingkat kepuasan yang terkait dengan kualitas produk tersebut. Penelitian ini sangat penting dan diperlukan oleh bisnis yang berfokus pada kepuasan pelanggan. Jika bisnis ingin menguasai pasar dan meningkatkan penjualan, mereka harus mampu mempertahankan kualitas barang yang mereka jual sehingga pelanggan merasa puas saat mereka membeli atau memakai barang tersebut.

Harga merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen dan minat mereka terhadap pembelian adalah harga, yang harus dibayar dan dapat disesuaikan dengan produk atau jasa (Fatih 2023). Ini memungkinkan konsumen untuk memiliki dan menggunakan hak kepemilikan mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka sesuai dengan nilai produk dan jasa. Pentingnya harga akan menentukan nilai relatif suatu produk atau layanan di suatu wilayah, harga yang efektif dapat menjadi keunggulan yang kompetitif. Pertimbangan pertama seseorang ketika mereka membeli sesuatu adalah harga.

Ventela adalah perusahaan sepatu yang sedang dijual saat ini, dan mereka memiliki beberapa model yang unik. Perusahaan sepatu asli Jawa Barat Ventela berpusat di Bandung. Pada tahun 2017, lini sepatu ini mendapatkan popularitas. Sebenarnya Ventela mulai membuat sepatu pada tahun 1970. Merek ini dulunya dikenal dengan nama Dallas, namun diubah menjadi Reborn, kemudian diubah lagi menjadi Ventela, dan masih digunakan hingga saat ini. Meski menggunakan bahan berkualitas tinggi, produk sepatu Ventela dijual dengan harga yang relatif terjangkau dengan pesaingnya yang mencakup merek global seperti Converse dan perusahaan regional seperti Compass, sepatu Ventela dianggap cukup masuk akal (Hasan, 2022).



gambar 1. 1 produk sepatu ventela

Ventela menggunakan kanvas premium 12 oz untuk bagian atasnya, bahan ini sangat lembut dan tahan lama cocok di gunakan untuk keseharian aktivitas. Selain itu sepatu ventela menggunakan jahitan yang presisi untuk menghasilkan sepatu yang bentuknya bagus, nyaman, dan tahan lama. Agar kaki Anda tidak mudah pegal, juga dilengkapi Teknologi Ultralite Foam yang memberikan sensasi nyaman dan menyenangkan pada insole.

Agar dapat memproduksi sepatu dengan kualitas terbaik, proses produksi sepatu telah melalui serangkaian tahapan yang berlarut-larut dan rumit, dimulai dengan pemilihan bahan, prosedur pembuatan, dan pengujian kontrol kualitas yang ketat pada sepatu.

Dari latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, MUTU PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND* LOKAL SEPATU MEREK VENTELA DI KLATEN**

1.2 Alasan Pemilihan Judul

1.2.1 Alasan objektif

- a. Secara langsung judul dalam skripsi saya ini mendeskripsikan elemen-elemen yang akan di bahas dalam konten serta memberikan alasan yang jelas tentang penelitian atau artikel.
- b. Judul ini mudah di pahami dan tidak ambigu sehingga pembaca mengetahui topik utama yang dalam permasalahan

1.2.2 Alasan subjektif

- a. Penulis mungkin memiliki pengalaman pribadi dalam penelitian ini seperti *celebrity endorsement* dalam penjualan yang di iklankan, pentingnya mutu produk, dan dampak dari harga pada konsumen
- b. Penulis ingin menarik perhatian yang memiliki ketertarikan khusus pada pemasaran, strategi penjualan. Penulis merasa ketiga elemen ini dapat menciptakan daya tarik yang unik dan menarik mungkin penulis terinspirasi oleh tren terbaru dalam industri pemasaran

1.3 Penegasan Judul

Memperjelas istilah yang digunakan dalam judul sangat penting untuk mencegah kesalahan. Penegasan judul ini tidak hanya membantu untuk menarik perhatian para pembaca tetapi juga memberikan kejelasan tentang isi tujuan skripsi, sehingga pembaca dapat mudah untuk memahami apa yang di harapkan dalam penelitian ini. Berikut adalah beberapa cara untuk menegaskan judul tersebut

1.3.1 Celebrity Endorsement

Menurut (Arni et al., 2022), menarik konsumen untuk membeli produk karena daya tarik yang terkait dengan kegantengan, keberanian, bakat, kekuatan, dan energi mereka

1.3.2 Mutu Produk

Menurut Sangadji (2023) mutu produk sangat penting kepada konsumen guna mendapatkan barang yang bagus dari perusahaan karena mutu produk mutu produk tinggi dapat memberi kepuasan dari pelanggan

1.3.3 Harga

Menurut (indrasari 2019) para penjual menggunakan harga sebagai alat untuk membedakan dari pesaing maka mencerminkan nilai dari suatu produk di pasar

1.3.4 Keputusan Pembelian

Menurut (Sani et al 2022) Keputusan pembelian sangatlah penting karena mempunyai kekuatan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan dengan meningkatkan produk yang di iklankan.

1.4 Perumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap keputusan pembelian sepatu merek ventela?
2. Apakah ada pengaruh mutu produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek ventela?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek ventela?
4. Apakah pengaruh *Celebrity Endorsement*, mutu produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek ventela secara simultan?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Menganalisa serta menguji secara simultan *celebrity endorsement* mengenai keputusan pembelian sepatu brand ventelea
2. Menganalisa serta menguji secara simultan mutu produk mengenai keputusan pembelian sepatu brand ventelea
3. Menganalisa serta menguji secara simultan harga mengenai keputusan pembelian sepatu brand ventelea
4. Menganalisa serata menguji secara simultan *Celebrity Endorsement*, mutu produk, dan harga mengenai keputusan pembelian sepatu brand ventela

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara teoritis

Mengembangkan teori atau pengetahuan dalam suatu bidang tertentu khususnya yang berkaitan dengan pemasaran, dan digunakan sebagai alat untuk aktualisasi diri

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini dimaksudkan untuk membantu bisnis dalam memahami variabel-variabel yang dapat mempengaruhi bagaimana perilaku pelanggan ketika membuat pilihan produk.

3. Manfaat praktis

Untuk berkontribusi dalam penelitian yang dapat di terapkan dalam praktik dan kehidupan untuk menghasilkan solusi secara konkret dan beberapa perbaikan.

4. Menambah pengetahuan

Penelitian ini dapat membantu memperluas pemahaman tentang suatu topik atau fenomena, memeberikan wawasan baru dan mendalam

5. Inovasi dan Pembangan

Dapat memunculkan ide ide terbaru, teknologi, atau metode yang dapat di gunakan untuk inovasi dan pengembangan produk yang baik dan bermutu

6. Pemecah masalah

Penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi dan memahami masalah serta menawarkan solusi atau rekomendasi untuknmengatasi tantangan yang di hadapi

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Nilai uji F sebesar 15,073 dengan nilai sig sebesar 0,01 kurang dari 0,05 dan layak untuk dilanjutkan ke pengujian selanjutnya yang menyelidiki bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian sepatu merek Ventela di Klaten dipengaruhi oleh *celebrity endorsement*, mutu produk, dan harga.
2. Merek sepatu lokal Ventela di Klaten tidak terpengaruh secara signifikan oleh variabel *celebrity endorsement* dalam keputusan pembelian. Dengan nilai probabilitas sebesar 217 ($\text{sig} > 0,05$) dan nilai koefisien sebesar -130, maka dapat disimpulkan bahwa *celebrity endorsement* tidak mempunyai pengaruh nyata terhadap keputusan konsumen membeli sepatu merek lokal Ventela di Klaten.
3. Keputusan pembelian merek sepatu lokal Ventela di Klaten tidak terlalu dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berhubungan dengan mutu produk. Dengan nilai probabilitas sebesar 140 ($\text{sig} > 0,05$) dan nilai koefisien sebesar 158, maka dapat dikatakan bahwa keputusan pelanggan membeli sepatu merek Ventela di Klaten tidak dipengaruhi secara signifikan oleh mutu produk.
4. Di Klaten, keputusan konsumen membeli sepatu merek Ventela merek lokal sangat dipengaruhi oleh harga. Dengan nilai probabilitas sebesar 0,01 ($\text{sig} < 0,05$) dan nilai koefisien sebesar 560 maka dapat disimpulkan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian sepatu Ventela

5. Meskipun hasil tidak sesuai dengan hipotesis awal penelitian ini memberikan wawasan penting tentang apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian . Dengan menunjukkan hasil negatif dalam uji regresi linear berganda perlunya penelitian lebih lanjut, pendekatan lebih lanjut dan pendekatan yang lebih komprehensif dalam penelitian

5.2 Saran

1. Bagi perusahaan sepatu ventela

Perusahaan seharusnya melakukan inovasi produk dengan memperhatikan desain, kualitas, dan kenyamanan bagi konsumen sehingga perusahaan bisa bersaing dengan produk sepatu yang telah terkenal karena berpengaruh bagi konsumen. Dengan berkolaborasi dengan selebriti yang terkenal dan pemasaran yang efektif agar dapat meningkatkan daya tarik konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti harus mengukur apa saja faktor tentang keputusan pembelian selain *celebrity endorsement*, mutu produk, dan harga dengan faktor yang lain. Penelitian di masa depan harus mempertimbangkan durasi pelatihan yang lebih panjang dan menggunakan metode campuran untuk mendalami wawasan agar hasil lebih signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar manajemen*. Ae Publishing.
- Adiwidjaja, Adrian Junio. Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian sepatu converse. *Agora*, 2017, 5.2.
- Afandi, et al. Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 2021, 5.1: 15-28.
- Agung, s.t.i.e.s. (2022). Pengertian dan ruang lingkup manajemen starategic. *Strategic Management: Strategi Keunggulan Bersaing di Era Digital*, 23.
- Amelia, Nurul; Erita, Selvia. Eksplorasi Validitas dan Reliabilitas Soal Pemahaman Konsep Dalam Asesmen Pembelajaran. *Jurnal Bima: Pusat Publikasi Ilmu Pendidikan bahasa dan Sastra*, 2024, 2.1: 222-231.
- Asir, Muhammad, et al. Efektivitas Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian Produk: Literature Review. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (msej)*, 2023, 4.2: 1790-1801.
- Ayu Kartika, Sari. *Skripsi: Pengaruh Celebrity Endorser, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Lips Product Implora Cosmetics*. Diss. Stim Ykpn Yogyakarta, 2023.
- Azmi, Mitha Aulya; Tajuddien, Rahadyan. Pengaruh Pemasaran Digital, Mutu Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Roti Lina Di Tangerang Selatan. *Journal of Research and Publication Innovation*, 2024, 2.1: 635-647.
- Bakhtiar, Yurda, et al. Manajemen Mutu Dalam Pendidikan Islam. *MERDEKA: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2024, 1.3: 276-282.
- Erri, Dirgahayu; LESTARI, Ajeng Puji; Asymar, Hasta Herlan. Pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan pada PT Melzer Global Sejahtera Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2021, 1.9: 1897-1906.
- Fatih, Muhammad Rizki Ibnu; Winarso, Widi; Anas, Haryudi. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai

- Kopi Kawula Muda Bekasi Timur, *Jurnal Economia* 2023, 2.10: 2756-2774.
- Febriani, Armi, Silviya Chaniago, and Merika Setiawati. "Peningkatan Minat Siswa Dalam Mapel Geografi Dan Peran Guru Terhadap Motivasi Belajar Siswa Kelas XI Sma N 1 X Koto Singkarak." *Jurnal Eduscience (JES)* 9.2 (2022): 505-514.
- Febriani, Nadia, et al. Efektivitas strategi komunikasi pemasaran celebrity endorsement di Instagram terhadap generasi Z. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2021, 5.2: 238.
- Febrianti, S., Sukimin, S., & Indriastuty, N. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Seruni Coffe Balikpapan *Media Riset Ekonomi [MR. EKO]*, 3(1), 33-48.
- Hanif, Muhammad; Iranita, Iranita; Risdy Absari Indah, Pratiwi. *Analisi Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Ventela Di Kota Tanjung Pinang*. 2024. Phd Thesis. Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Kinanti, Sri. *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kota Batam*. 2023. PhD Thesis. Prodi Manajemen.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630.
- Laraswati, Nindya. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Perceived Value, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Ihone Pada Mahasiswa Stei Jakarta*. Diss. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 2022.
- Laysia, Teressa Wiga; Nurhidayah; Amin, Muhammad Sirojuddin. Pengaruh Digital Marketing, Celebrity Endorsement Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Deliwafa Store Malang Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Islam Malang Angkatan 2020. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 2024, 13.01: 743-749.

- Lestari, Tri; Azis, Abdul. Pengaruh Kepemimpinan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Nusa Akusara Megasindo Di Kaputen Tangerang. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 2024, 4.6: 24-34
- Mamoto, Dita Putri Wulandari; Engka, Daisy Sm; Tumangkeng, Steeva Yl. Analisis pendapatan pedagang tradisional di pasar pinasungkulan karombasan di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 2023, 23.1: 121-132.
- Mardiasih, Titik Sri. "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian." *IqtishaDequity jurnal Manajemen* 2.1 (2019).
- Maro'ah, Aliyatul; Rosyidi, Syaiko. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow Di Rembang Kota. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 2024, 7.1: 434-442.
- Masrukin, M. Khafit. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Parfum Di Jakarta (Studi Kasus Usaha Parfum Rumahan Andev Parfum)*. Diss. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 2022.
- Mohammad, Wily, et al. "Bunga Rampai Manejemen Pemasaran: Gagasan Keilmuan Bisnis."
- Novel, Abna Haniif. Pengaruh Rating Google Maps Terhadap Keputusan Pembelian Bebek Carok Cabang Batu Aji Batam. *Jurnal Al-amal*, 2024, 2.1: 15-20.
- Nurjanah, I. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Promosi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Untuk Cat Rambut Merek L'oreal Di Fanny Salon Cilampeni* (Doctoral dissertation, Program Studi Magister Manajemen S2 Pasca Sarjana Universitas Widyatama).
- Patmarina, H., Sanida, N., & Oktaviannur, M. (2023). Analisis Manajemen Produksi Home Industry Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Produk Efrata Stick Keju. *Ekombis Sains: Jurnal*

Ekonomi, Keuangan dan Bisnis, 8(2), 129-137.

- Prawiyogi, Anggy Giri, et al. Penggunaan media big book untuk menumbuhkan minat membaca di sekolah dasar. *Jurnal Basicedu*, 2021, 5.1: 446-452.
- Putri, Gayatri Hutami; Patria, Bhina. Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Remaja Putri. *Gadjah Mada Journal of Professional Psychology (GamaJPP)*, 2018, 4.1: 33-41.
- Rahail, Y., & Zaini, O. k. (2024). Analisis Celebrity Endorser (Tasya Farasya) Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Somethinc (Studi Pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Pakuan Bogor Periode 2018-2020). *Namara: Jurnal Manajemen Pratama*, 1(1).
- Rahmani, Riska Gusti, et al. *Pengaruh celebrity endorsement, brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian produk (Studi pada Somethinc by Irene Ursula)*. 2022. Phd Thesis. Universitas Lampung.
- Reni. *Pengaruh Gaya Hidup Motivasi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Dki Jakarta*. 2022. Phd Thesis. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Safitri, Alfira; Hanifa, Fanni Husnul. Tinjauan Aktivitas Marketing Mix Pijar Sekolah Pt. telkom Indonesia (witel Bandung) Tahun 2021. *eProceedings of Applied Science*, 2021, 7.4.
- Sari, Dian Anita, et al. Determinan Pbv pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bei. *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 2024, 7.3: 2969-2975.
- Schraven, Bernart Alan. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Palanggan Pengguna Kartu Telkomsel (Studi Kasus Pada Pelanggan Kartu Telkomsel Di Kampus Stie Malangkecewara Malang)*. Diss. Stie Malangkecewara, 2022.
- Siboro, Refany Novia. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Industri Fashion Online pada Merek H&m. *Journal of Management and Creative Business*, 2024, 2.1:

397-416.

- Syahrani, A. R., & Nurhadi, N. (2024). Peran Marketing Funding Dalam Keberhasilan Penjualan Produk Dan Loyalitas Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Tanjung Perak Surabaya. *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 49-53.
- Triputranto, Bambang, Fahmi Nurdiansyah, and Farid Madani. "Pengaruh celebrity endorser terhadap minat akses situs web dan aplikasi tokopedia (studi kasus pada iklan tokopedia X bts)." *Pro Mark* 11.1 (2021): 9-9.
- Wahyuni, Sri. *Konsep Manajemen Secara Umum dan Islam*. 2022.
- Wijaya, F. f., Ngatimun, N., & Yatiningrum, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Kota Probolinggo. *JUMAD: Journal Management, Accounting, & Digital Business*, 2(1), 1-10.
- Wijaya, Sonny Nathaniel Catur. Pengaruh celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian melalui brand image pada produk sportswear merek Under Armour. *Agora*, 2020, 8.2.
- Yamin, Mohamad, et al. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Yatsi Madani Dalam Membangun Bisnis Sendiri. *JUBIR (Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research)*, 2024, 1.1: 16-24.
- Yeremnia Nainggolan, Malond; Lumanaw, Bode; Mintardjo, Christoffel. Pengaruh Gender Karir, Keterlibatan Kerja, Dan Pemberdayaan Pegawai Terhadap Kepuasan Kerja Pada Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2024, 12.2: 35-46.
- Yuli Riassta, Ilmi, Edy Kusnadi, and Ediyanto Ediyanto. "Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Makan Angkringan 813 Bebek Baluran Di Situbondo." *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship*

(JME) 1.7 (2022): 1501-15