

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *PRODUCT QUALITY*, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK
SKINTIFIC PADA KONSUMEN SHOPEE DI INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Andalas



Diajukan Oleh:


Shevia Dwi Kurnia

2010521021

Dosen Pembimbing:

Chairunnisya S.E., M.M

**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

	No. Alumni Universitas	Shevia Dwi Kurnia	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Batam/ 10 September 2002, b) Nama Orang Tua : Samsumer dan Lismarni, c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis, d) Departemen : Manajemen, e) No Bp : 2010521021, f) Tanggal Lulus : 20 Februari 2024, g) Prediket Lulus: Dengan Pujian, h) IPK : 3,81 i) Lama Studi : 3 tahun 6 bulan, j) Alamat Orang Tua : Kav. Sagulung Baru Blok U No. 117. RT 001/ RW 007.		

Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Product Quality* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* Produk Skintific pada Konsumen Shopee di Indonesia.

Skripsi oleh Shevia Dwi Kurnia
Pembimbing : Chairunnisya S.E., M.M

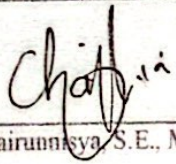
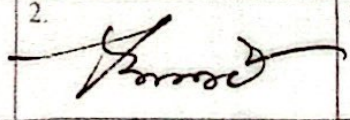

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Celebrity Endorsement*, *Product Quality* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* Produk Skintific pada Konsumen Shopee di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dan *offline* kepada Generasi Z yang pada tahun 2023 berusia lebih dari 14 tahun, Pengguna Shopee Indonesia, Pernah melihat, membaca, dan mendengar *celebrity* mempromosikan produk Skintific, dan mengetahui informasi mengenai Skintific. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel penelitian ini yaitu sebanyak 250 sampel. Pengelolaan data penelitian dilakukan dengan menggunakan *Software SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci : *Celebrity Endorsement*, *Product Quality*, *Brand Image*, *Purchase Intention*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 21 Februari 2024.

Abstrak telah disetujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Chairunnisya, S.E., M.M	Syafrizal, S.E., M.E., Ph.D	Laura Amelia Triani, S.E., M.M

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen



Tanda Tangan

Hendra Lukito, S.E., M.M., Ph.D
NIP. 197106242006041007

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: