

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S1 Manajemen
2022

Nurul Fadhilah Aprilia

120.2018.331

Pengaruh Kualitas Produk dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Mediasi Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Konsumen *Skincare* Avoskin di wilayah DKI Jakarta)

100 halaman + xv halaman + 20 tabel + 3 gambar dan 6 lampiran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan sebagai mediator *skincare* avoskin serta tinjauannya dari sudut pandang islam. Populasi dalam penelitian ini ialah konsumen *skincare* avoskin di wilayah DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling. Jumlah responden pada penelitian ini yaitu sebanyak 102 yang menggunakan produk *skincare* avoskin. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan menggunakan kuesioner melalui google form. Untuk gambaran responden dan gambar variabel penelitian kuesioner menggunakan bantuan program IBM SPSS (*Statistical Package for The Sosial Sciences*) versi 25 dalam mengelolah data dan untuk metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis metode *Partial Last Square Structural Equation Modeling* (PLSSEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, (2) *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, (3) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (5) *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (6) kepercayaan memediasi hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian, (7) kepercayaan memediasi hubungan antara *celebrity endorser* dengan keputusan pembelian. Menurut pandangan islam, kegiatan jual beli telah lama menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Produk yang dikatakan berkualitas adalah produk yang memenuhi unsur halal dan *tayyib* kemudian dalam mempromosikan suatu produk dalam islam pentingnya memperhatikan kaidah yang berlaku seperti untuk berperilaku jujur atau tidak melakukan penipuan, menutup aurat bagi kaum wanita dan jangan bersumpah secara berlebihan karena dapat merusak nilai islam.

Kata Kunci : *Skincare* Avoskin, Kualitas Produk, *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian, Kepercayaan

ABSTRACT

*Faculty of Economics and Business
Bachelor of Management
2022*

Nurul Fadhilah Aprilia
120.2018.331

The Influences of Product Quality and Celebrity Endorsers on Purchase Decisions Through Trust as Mediation and Its Review from an Islamic Perspective (Case Study on Avoskin Skincare Consumers in the DKI Jakarta area)

100 pages + xv pages + 20 tables + 3 pictures and 6 attachments

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality, celebrity endorser on purchasing decisions with trust as a mediator of Avoskin skincare and its review from an Islamic point of view. The population in this study are avoskin skincare consumers in the DKI Jakarta area. The sampling technique used is purposive sampling. The number of respondents in this study were 102 who used avoskin skincare products. Data were collected using a survey method using a questionnaire via google form. for the description of respondents and pictures of the research variables, the questionnaire used the help of the IBM SPSS (Statistical Package for The Social Sciences) version 25 program in managing the data and for the data analysis method used was the Partial Last Square Structural Equation Modeling (PLSSEM) analysis. The results of this study indicate that: (1) product quality has a positive and significant effect on trust, (2) celebrity endorser has a positive and significant effect on trust, (3) trust has an effect positive and significant effect on purchasing decisions, (4) product quality has a positive and significant effect on purchasing decision, (5) celebrity endorser has a positive and significant effect on purchasing decisions, (6) trust mediates the relationship between product quality and purchasing decisions, (7) trust mediates the relationship between celebrity endorsers and purchasing decisions. According to the Islamic view, buying and selling activities have long been an inseparable part of human life. Products that are said to be of high quality are products that meet the elements of halal and tayyib then in promoting a product in Islam it is important to pay attention to applicable rules such as to behave honestly or not to commit fraud, cover the genitals for women and do not swear excessively because it can damage Islamic values.

Keywords : *Avoskin Skincare, Product Quality, Celebrity Endorser, Purchase Decision, Trust*