

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK POND'S  
(STUDI PADA MAHASISWA UIN ANTASARI BANJARMASIN  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2017)**

**SKRIPSI**

**OLEH**  
**TATI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
BANJARMASIN  
2022 M/1443 H**

**PENGARUH CELEBRITY ENDOSER TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK POND'S  
(STUDI PADA MAHASISWA UIN ANTASARI BANJARMASIN  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2017)**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana  
dalam Ilmu Ekonomi**

**Oleh :**

**Tati**

**170101050099**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
BANJARMASIN  
2022 M/1443 H**

## **PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tati  
NIM : 170101050099  
Tempat/Tgl. Lahir : Banjarmasin/4 November 1999  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari  
Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 7 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Tati

## **PERSETUJUAN**

Skripsi yang berjudul : Pengaruh *Celebrity endorser* Terhadap Minat Beli Produk Pond's (Studi Pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2017)

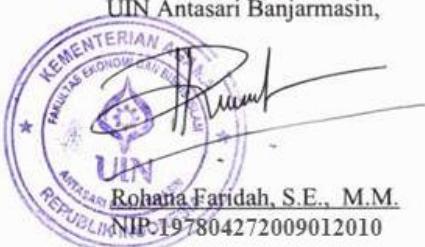
Ditulis oleh : Tati  
N I M : 170101050099  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program : Strata Satu (S-1)  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Tahun Akademik : 2021/2022  
Tempat dan tanggal lahir : Banjarmasin, 4 November 1999  
Alamat : Jl. Kelayan A Gg. Batur RT.02 RW.01 No.22  
Kel. Murung Raya Kec. Banjarmasin Selatan  
Kota Banjarmasin

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuiinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, Januari 2022

Mengetahui,  
Ketua Program Studi S1 Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Antasari Banjarmasin,

Pembimbing



Rohana Faridah, S.E., M.M.  
NIP. 197804272009012010



Elida Mahriani, S.E.I., M.M.  
NIDN. 2030108602

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: "Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Produk Pond's (Studi Pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2017)", ditulis oleh Tati, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 27 Januari 2022

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A (82,7)



Tim Penguji:	Tanda Tangan
1. Dra. Hj. Faridah, MHI.	1.
2. Pati Matu Jahra, S.Ag., M.S.I.	2.
3. Elida Mahriani, S.E.I., M.M.	3.
4. Fahruddin, S.AB., M.E.	4.

## ABSTRAK

**Tati.** 2021. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Pond's (Studi Pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2017)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Elida Mahriani, S.E.I.,M.M

**Kata Kunci:** *Celebrity endorser*, Minat beli, Pond's

Fenomena promosi menggunakan *celebrity endorser* sebagai salah satu strategi pemasaran kini marak terjadi. Pond's menjadikan Maudy Ayunda sebagai *celebrity endorser*-nya sejak 2018 hingga sekarang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli produk pond's (studi pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin program studi ekonomi syariah angkatan 2017) secara parsial dan simultan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Data yang digunakan adalah data hasil penyebaran kuesioner dan dokumen yang menunjang. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan program SPSS 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa variabel kredibilitas tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial, sedangkan variabel daya tarik terdapat pengaruh signifikan secara parsial, namun secara simultan (bersama-sama) variabel kredibilitas dan daya tarik mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli produk pond's pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin program studi ekonomi syariah angkatan 2017.

## **MOTTO**

Kalau Allah SWT mampu selamatkan Nabi Yunus as. dari perut ikan, maka Allah SWT juga mampu selamatkan hambanya dari segala masalah hidup  
(Anonim)

Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang luput dariku tidak akan pernah menjadi takdirku dan apa yang ditakdirkan untukku takkan pernah luput dariku

(Umar bin Khattab Radhiyallahu ‘anhу)

## **PERSEMBAHAN**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur kupersembahkan bagi sang pencipta manusia, semesta, serta seisi langit dan bumi, Allah SWT. Dzat yang selalu ada untuk hambanya, dimana seluruh pengharapan akan hari esok aku sandarkan. Dzat yang maha pengasih dan maha penyayang yang memberikan ku kesempatan untuk hidup sampai hari ini dan nikmat yang tak terhitung jumlahnya.

Lantunan sholawat dan salam penenang hati dan jiwa kupanjatkan kepada baginda Nabi Muhammad saw. yang telah meyebarkan serta mengajarkan agama yang *rahmatan lil 'alamin* yaitu islam, sang teladan dalam setiap aktivitas kehidupan. Ya Allah, atas izin-Mu aku berhasil melewati satu lagi dari bagian perjalanan hidup ku.

Karya ini kupersembahkan untuk mama dan abah tercinta, terima kasih telah memberikan dukungan, kasih sayang, dan doa selama aku hidup sampai hari ini. Terimalah salah satu bukti pencapaian, keseriusan, dan kerja keras ku ini sebagai bentuk terima kasih ku atas apa yang telah kalian berikan kepada ku. Semoga Allah SWT selalu berikan kesehatan dan keberkahan dalam hidup kalian, serta umur yang panjang. Semoga aku bisa membanggakan kalian di dunia dan di akhirat kelak, aamiin.

Kupersembahkan ungkapan terima kasih ku kepada seluruh dosen di UIN Antasari Banjarmasin khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan banyak pengetahuan, bimbingan, serta pengalaman hidup yang tak ternilai harganya. Terima kasih kepada dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

yang telah memberikan izin untuk melakukan riset penelitian ini. Terima kasih kepada ibu Elida Mahriani selaku dosen pembimbing sekaligus penasehat akademik ku yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing ku, semoga Allah SWT membalas kebaikan mu.

Terima kasih juga aku ucapkan untuk teman-teman ku yang tak bisa ku sebut satu persatu, yang telah membantu ku, mendengar cerita ku, memberi nasihat dan masukan untuk ku. Tak lupa juga aku ucapkan terima kasih kepada *youtuber* yang memberikan ilmu tentang perkuliahan dan tutorial penggunaan SPSS melalui *channel youtube*-nya yang tidak bisa ku sebut satu persatu.

*Last but not least*, terima kasih kepada diri ku tercinta, terima kasih telah melewati ini semua, terima kasih untuk berusaha tetap waras walau kadang hati sedang kacau, maaf kalau sering menyakiti mu melalui pikiran berlebihan, maaf untuk waktu yang pernah tersia-siakan, semoga Allah SWT memberikan kebahagiaan di dunia dan akhirat untuk mu, aamiin.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

### I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	s\a'	s\	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	h}a'	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	z\al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad}	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a'	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a'	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge

ف	fa'	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	'el
م	mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

## II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متکبر	Ditulis	<i>mutakabbir</i>
القدس	Ditulis	<i>al-qudu&gt;s</i>

## III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	<i>ja&gt;mi'ah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	Ditulis	<i>al-maktabah al-jami&gt;lah</i>
-----------------	---------	-----------------------------------

## IV. Vokal pendek

ُ	Fathah	ditulis	A
---	--------	---------	---

————— ♀	Kasrah	ditulis	I
————— ◦	Dammah	ditulis	U
شَكْرٌ	Fathah	ditulis	syakara
قُرَا	Kasrah	ditulis	quri'a
يُنْطِقُ	Dammah	ditulis	yant}iqu

## V. Vokal panjang

1	fathah + alif <b>كاملة</b>	Ditulis ditulis	a> ka>milah
2	fathah + ya mati <b>صلی</b>	Ditulis ditulis	a> s}alla>
3	kasrah + ya mati <b>شدید</b>	Ditulis ditulis	i> syadi>d
4	dammah + wawu mati <b>صدور</b>	Ditulis ditulis	u> s}udu>r

## VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati <b>رويد</b>	Ditulis ditulis	ai ruwaidun
2	fathah + wawu mati <b>وفرعون ذي الأوتاد</b>	Ditulis ditulis	au wa fir'auna z\i al-auta>d

## VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ أَشَدُّ خَلْقًا	Ditulis	a'antum asyaddu khalqan
--------------------------	---------	-------------------------

### VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'a&gt;n</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kita&gt;b</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan *diidgamkan*

الصبح	Ditulis	<i>as}-s}ubh}u</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-sa&gt;hirah</i>

### IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	<i>birru al-wa&gt;lidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>Iz\aa asy-syamsu</i>

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, peneliti merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Pond’s (Studi Pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2017)**”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Peneliti menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hatu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sukarni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Ibu Rohana Faridah, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Ibu Elida Mahriani, S.E.I., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan Penasehat Akademik yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada peneliti selama menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.
5. Bapak dan Ibu Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu peneliti selama berstudi sampai menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah Swt., membala segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata peneliti mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Amin.

Banjarmasin, Januari 2022  
Peneliti,

Tati

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Definisi Operasional.....	11
F. Penelitian Terdahulu .....	12
G. Kerangka Pemikiran .....	14
H. Hipotesis Penelitian.....	15
I. Sistematika Pembahasan .....	16
<b>BAB II PEMASARAN SYARIAH, BAURAN PEMASARAN SYARIAH, PERIKLANAN, <i>CELEBRITY ENDOSER</i>, DAN MINAT BELI .....</b>	<b>18</b>
A. Pemasaran Syariah .....	18
1. Definisi Pemasaran.....	18
2. Tujuan Pemasaran .....	20
3. Karakteristik Pemasaran Syariah.....	21
4. Etika Pemasaran .....	22
B. Bauran Pemasaran Syariah.....	26

1. <i>Product</i> (Produk).....	27
2. <i>Price</i> (Harga).....	28
3. <i>Place</i> (Tempat) .....	28
4. <i>Promotion</i> (Promosi).....	29
C. Periklanan.....	30
D. <i>Celebrity endorser</i> .....	32
1. Definisi <i>Celebrity endorser</i> .....	32
2. Tujuan Menggunakan <i>Celebrity endorser</i> .....	33
3. Atribut <i>Celebrity endorser</i> .....	34
E. Minat Beli.....	40
1. Definisi Minat Beli.....	40
2. Motif-motif pembeli.....	41
3. Terbentuknya Minat Beli .....	41
4. Faktor-Faktor Minat Beli .....	42
5. Indikator Minat Beli .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	46
B. Lokasi Penelitian .....	46
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	47
D. Populasi dan Sampel .....	47
E. Data dan Sumber Data.....	49
F. Metode Pengumpulan Data .....	51
G. Instrumen Penelitian.....	51
H. Tahapan Pengolahan Data .....	53
I. Teknik Analisis Data.....	54
J. Tahapan Penelitian .....	59
<b>BAB IV LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>61</b>
A. Penyajian Data.....	61
1. Gambaran Umum Program Studi Ekonomi Syariah .....	61
2. Karakteristik Responden .....	62
3. Analisis Deskripsi Variabel.....	64
B. Hasil Penelitian .....	93
1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....	93
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	96
3. Hasil Regresi Linier Berganda .....	102
4. Hasil Uji Hipotesis .....	104
5. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	107
C. Analisis Data .....	108
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>116</b>
A. Simpulan.....	116
B. Saran .....	117

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>118</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>121</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	51
Tabel 3.2 Skala Likert .....	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokal/Kelas .....	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	64
Tabel 4.4 Maudy Ayunda memiliki citra baik sebagai <i>celebrity</i> .....	65
Tabel 4.5 Citra Maudy Ayunda sebagai <i>celebrity</i> buruk .....	65
Tabel 4.6 Maudy Ayunda adalah <i>celebrity</i> yang dapat dipercaya .....	66
Tabel 4.7 Maudy Ayunda adalah <i>celebrity</i> yang tidak dapat dipercaya .....	67
Tabel 4.8 Maudy Ayunda jujur dalam mengiklankan produk pond's .....	67
Tabel 4.9 Maudy Ayunda tidak jujur dalam mengiklankan produk pond's .....	68
Tabel 4.10 Maudy Ayunda terampil dalam mengiklankan produk pond's.....	69
Tabel 4.11 Maudy Ayunda tidak terampil dalam mengiklankan produk pond's...70	70
Tabel 4.12 Maudy Ayunda mampu menyampaikan iklan produk pond's dengan baik .....	70
Tabel 4.13 Maudy Ayunda tidak mampu menyampaikan iklan produk pond's....71	71
Tabel 4.14 Maudy Ayunda memiliki keahlian dalam bidang kecantikan sehingga cocok mengiklankan produk pond's .....	72
Tabel 4.15 Maudy Ayunda tidak memiliki keahlian dalam bidang kecantikan sehingga tidak cocok mengiklankan produk pond's .....	73
Tabel 4.16 Maudy Ayunda memiliki penampilan yang menarik secara fisik.....74	74
Tabel 4.17 Secara fisik penampilan Maudy Ayunda tidak menarik .....	75
Tabel 4.18 Maudy Ayunda memiliki kepribadian yang menarik .....	75
Tabel 4.19 Kepribadian Maudy Ayunda tidak menarik .....	76
Tabel 4.20 Saya menyukai Maudy Ayunda sebagai <i>celebrity</i> .....	77
Tabel 4.21 Saya tidak menyukai Maudy Ayunda sebagai <i>celebrity</i> .....	77
Tabel 4.22 Maudy Ayunda adalah <i>celebrity</i> yang mempunyai sikap yang baik ...78	78
Tabel 4.23 Sikap Maudy Ayunda sebagai <i>celebrity</i> buruk .....	79
Tabel 4.24 Saya memiliki kesamaan dengan Maudy Ayunda dalam hal rentang umur .....	80
Tabel 4.25 Saya tidak memiliki kesamaan dengan Maudy Ayunda dalam hal rentang umur .....	80
Tabel 4.26 Saya memiliki kesamaan dengan Maudy Ayunda dalam hal kepribadian .....	81
Tabel 4.27 Saya tidak memiliki kesamaan dengan Maudy Ayunda dalam hal kepribadian .....	82
Tabel 4.28 Saya mencari informasi tentang produk pond's.....83	83
Tabel 4.29 Saya tidak mencari informasi tentang produk pond's.....84	84
Tabel 4.30 Saya mencari tahu review penggunaan produk pond's.....84	84
Tabel 4.31 Saya tidak mencari tahu review penggunaan produk pond's.....85	85
Tabel 4.32 Saya berniat untuk membeli produk pond's .....	86
Tabel 4.33 Saya tidak berniat untuk membeli produk pond's .....	87
Tabel 4.34 Pond's adalah produk kosmetik yang berkualitas.....87	87

Tabel 4.35 Pond's adalah produk kosmetik yang tidak berkualitas.....	88
Tabel 4.36 Saya ingin mencoba menggunakan produk pond's.....	89
Tabel 4.37 Saya tidak ingin mencoba menggunakan produk pond's.....	90
Tabel 4.38 Saya menyarankan orang lain agar mencoba produk pond's.....	90
Tabel 4.39 Saya tidak menyarankan orang lain agar mencoba produk pond's.....	91
Tabel 4.40 Saya menjadikan <i>brand</i> pond's sebagai prioritas dalam hal memilih kosmetik .....	92
Tabel 4.41 Saya tidak menjadikan <i>brand</i> pond's sebagai prioritas dalam hal memilih kosmetik .....	93
Tabel 4.42 Hasil Uji Validitas.....	94
Tabel 4.43 Hasil Uji Reabilitas .....	96
Tabel 4.44 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov.....	98
Tabel 4.45 Hasil Uji Multikolinieritas .....	99
Tabel 4.46 Analisis Regresi Linier Berganda .....	102
Tabel 4.47 Hasil Uji Parsial (t) .....	105
Tabel 4.48 Hasil Uji Simultan (F).....	106
Tabel 4.49 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	107

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Postingan Foto <i>Endorse</i> Produk Pond's Pada Instagram Pribadi Maudy Ayunda .....	7
Gambar 1.2 Postingan Video <i>Endorse</i> Produk Pond's Pada Instagram Pribadi Maudy Ayunda .....	7
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran .....	15
Gambar 4.1 Normal Probability Plot .....	98
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	101