

**SKRIPSI**

***BRAND AWARENESS DAN CELEBRITY ENDORSEMENT  
UNTUK MEMPREDIKSI CUSTOMER BASED BRAND EQUITY  
PELANGGAN PRODUK SKIN CARE INNISFREE DI  
JAKARTA BARAT: BRAND CREDIBILITY SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI***



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA : YULITA PANGESTU ONGKOWIDJAJA**

**NPM : 115140134**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA  
2018**



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama mahasiswa : Yulita Pangestu Ongkowidjaja  
 NPM (Nomor Pokok Mhs.) : 115140134  
 Program Studi : S.1 Jurusan Manajemen  
 Alamat : Jl. Gajah Mada 12 No.99, Pontianak,  
Kalimantan Barat  
 Telp. \_\_\_\_\_ H.P. 081908959334

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat / menyontek
2. Mengutip tanpa menyebutkan sumbernya
3. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan S.1 Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan di skors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 13 Desember 2017

nama lengkap mhs.  
Yulita Pangestu Ongkowidjaja

### CATATAN :

1. Di fotocopy 5 X, untuk mahasiswa yang bersangkutan,
2. Asli dikembalikan ke Jurusan .....
3. Harap dilampirkan pada setiap Soft Cover maupun Hard Cover Skripsi

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : YULITA PANGESTU ONGKOWIDJAJA  
NO. MAHASISWA : 115140134  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : *BRAND AWARENESS DAN CELEBRITY  
ENDORSEMENT UNTUK MEMPREDIKSI  
CUSTOMER BASED BRAND EQUITY  
PELANGGAN PRODUK SKIN CARE  
INNISFREE DI JAKARTA BARAT: BRAND  
CREDIBILITY SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI.*

Jakarta, 15 Januari 2018

Pembimbing,



(Dr. Kemi, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI  
SETELAH LULUS UJIAN SKRIPSI / KOMPREHENSIF

NAMA : YULITA PANGESTU ONGKOWIDAJA  
NO. MAHASISWA : 115140134  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : *BRAND AWARENESS DAN CELEBRITY  
ENDORSEMENT UNTUK MEMPREDIKSI  
CUSTOMER BASED BRAND EQUITY  
PELANGGAN PRODUK SKIN CARE  
INNISFREE DI JAKARTA BARAT BRAND  
CREDIBILITY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*

Tanggal: 24 Januari 2018 Ketua Panitia



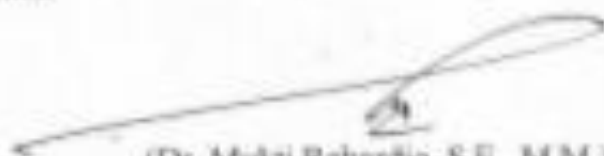
(Dra. Rodhiah, M.M.)

Tanggal: 24 Januari 2018 Anggota Panitia



(Dr. Kesi, S.E., M.M.)

Tanggal: 24 Januari 2018 Anggota Panitia



(Dr. Mukti Rahardjo, S.E., M.M.)

## ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

- (A) YULITA PANGESTU ONGKOWIDJAJA (115140134)
- (B) *BRAND AWARENESS DAN CELEBRITY ENDORSEMENT UNTUK MEMPREDIKSI CUSTOMER BASED BRAND EQUITY PELANGGAN PRODUK SKIN CARE INNISFREE DI JAKARTA BARAT: BRAND CREDIBILITY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.*
- (C) xiii + 123 halaman, 2018, tabel 20, gambar 11, lampiran 7.
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) ***Abstract:** The purpose of this research is to examine whether brand awareness can predict customer based brand equity of Innisfree's skin care product in West Jakarta, celebrity endorsement can predict customer based brand equity of Innisfree's skin care product in West Jakarta, brand awareness can predict brand credibility of Innisfree's skin care product in West Jakarta, celebrity endorsement can predict brand credibility of Innisfree's skin care product in West Jakarta, brand credibility can predict customer based brand equity of Innisfree's skin care product in West Jakarta, brand credibility can mediate the prediction of brand awareness to customer based brand equity of Innisfree's skin care product in West Jakarta, brand credibility can mediate the prediction of celebrity endorsement to customer based brand equity of Innisfree's skin care product in West Jakarta. The populations of this research are Innisfree's customers in Jakarta. The samples are 150 respondents by online questionnaires with the nonprobability sampling technique with convenience sampling. Overall, the result of this study are positively and significant predict on brand credibility and customer based brand equity, brand credibility positively and significant mediate the prediction of brand awareness and celebrity endorsement to customer based brand equity of Innisfree's skin care product in West Jakarta, except brand awareness is not significant to predict customer based brand equity of Innisfree's skin care product in West Jakarta.*
- (F) Daftar acuan 48 (1982-2017)
- (G) Dr. Keni, S.E., M.M.