

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, HARGA DAN IKLAN DI
TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK
MAYBELLINE**

(Studi pada kalangan Penari di Slipi Kemanggisan Jakarta Barat)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Karina Putri Dewi

Nim : 43114010228

UNIVERSITAS

**Program Studi Manajemen S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, HARGA DAN IKLAN
DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LIPSTIK MAYBELLINE**
(Studi pada kalangan Penari di Slipi Kemanggisan Jakarta Barat)

Oleh :

Karina Putri Dewi

NIM : 43114010228

Disetujui untuk Ujian Akhir Skripsi

Pada Tanggal:

15 September 2021

Pembimbing : Onggo Pramudito ST,MM

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana



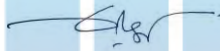
Dr.H. Sonny Indraajaya.M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Karina Putri Dewi
NIM : 43114010228
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador, Harga, dan Iklan di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Maybelline (Studi Pada Kalangan Penari di Slipi Kemanggisan Jakarta Barat)
Tanggal Sidang : 15/09/2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Onggo Pramudito, ST., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 09210542



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Karina Putri Dewi

Nim : 43114010228

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan Tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 September 2021



(Karina Putri Dewi)

Nim : 43114010228

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris dari beberapa variabel yang mempengaruhi Keputusan Pembelian. Ada tiga variabel yaitu Brand Ambassador, Harga dan Iklan di Televisi. Penelitian ini menggunakan 100 responden pada kalangan penari di Slipi Kemanggisan Jakarta Barat yang diambil dengan metode Sampling Jenuh. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial semua variabel yaitu Brand Ambassador, Harga dan Iklan di Televisi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Iklan di Televisi saja yang mempengaruhi Keputusan Pembelian secara parsial, sedangkan variabel Brand Ambassador dan Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Brand Ambassador, Harga, Iklan di Televisi, dan Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The purpose of this study is to empirically from several variables that influence Purchasing Decisions. There are three variables that is Brand Ambassador, Price and Advertising on Television. This research uses 100 respondents in the Dancer in Slipi Kemanggisan West Jakarta were taken by Fed Up Sampling method. Analysis tool used is multiple liniear regression.

The result of this study indicate that in a persistent as variable advertising on Brand Ambassador, Price and Advertising on Television on Purchasing Decisions. Only the variable of advertising as partial, Literally the variable of Brand Ambassador and Price not significant with the Purchasing Decisions.

Keyword : Brand Ambassador, Price, Advertising on Television and Purchasing Decisions.



KATA PENGANTAR

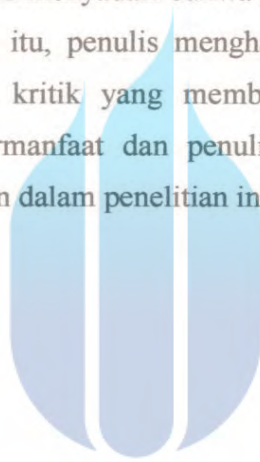
Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Brand Ambassador, Harga dan Iklan di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Maybelline (Studi pada kalangan Penari di Slipi Kemanggisan Jakarta Barat)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Onggo Pramudito, ST, MM selaku dosen pembimbing penelitian ini yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, disini penulis sampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kedua orang tua tercinta Bapak Edi Mujarwanto dan Ibu Herlina dan ketiga Kakak saya tercinta yaitu Desi Andika, Triyana Pratiwi, dan Wahyu Hermawan, serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan semangat,

do'a dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Para teman-temanku sepejuangan Manajemen SI angkatan 2014 terutama Mia, Syarah, dan Sintia. Teman-teman grup Sagapung, Retno, Wieny, Chelo, Anin, Fina, Yunil, Caca, Lee, Kiki, Mita dan pasangan saya Georgiano berikut orang tua nya Tante Joice dan Om Dolvi yang selalu ada disaat suka dan duka, selalu memberikan support dan do'a dalam proses penyelesaian kuliah dan penulisan skripsi ini.
7. Kepada semua pihak yang belum disebutkan nama-namanya, semoga ALLAH SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, amin. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.



Jakarta, 15 September 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Karina Putri Dewi

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kontribusi Penelitian.....	11

**BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN
HIPOTESIS**

A. Manajemen Pemasaran.....13

 1. Pengertian Pemasaran.....13

 2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....14

B. Brand Ambassador.....15

 1. Pengertian Brand Ambassador.....15

 2. Tujuan Brand Ambassador.....16

 3. Faktor Yang Mempengaruhi Brand Ambassador....17

 4. Indikator Brand Ambassador.....18

C. Harga.....19

 1. Pengertian Harga.....19

 2. Tujuan Harga.....20

 3. Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....23

 4. Indikator Harga.....23

D. Iklan di Televisi.....24

 1. Pengertian Iklan di Televisi.....24

 2. Tujuan Iklan Televisi.....25

 3. Faktor Yang Mempengaruhi Iklan di Televisi.....26

4. Indikator Iklan di Televisi.....	27
E. Keputusan Pembelian.....	28
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2. Tujuan Keputusan Pembelian.....	29
3. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian...	30
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	33
F. Penelitian Terdahulu.....	34
G. Hubungan Antar Variabel.....	39
H. Rerangka Pemikiran.....	40
I. Hipotesis.....	41
BAB III	METODE PENELITIAN
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	43
B. Desain Penelitian.....	43
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	44
D. Skala Pengukuran.....	47
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Metode Analisis Data.....	50

1. Statistik Deskriptif.....	51
2. Uji Kualitas Data.....	51
3. Uji Asumsi Klasik.....	52
4. Analisa Regresi Linier Berganda.....	53
5. Uji Hipotesis.....	54

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	56
1. Visi dan Misi Perusahaan.....	57
2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	57
3. Karakteristik Responden.....	58
B. Hasil Uji Deskriptif.....	63
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	69
1. Hasil Uji Validitas.....	69
a) Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador...69	
b) Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	70
c) Hasil Uji Validitas Iklan di Televisi.....	71
d) Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	72

2. Hasil Uji Reliabilitas.....	73
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	74
1. Hasil Uji Normalitas.....	74
2. Hasil Uji Multikolinieritas.....	76
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77
E. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
F. Hasil Uji Hipotesis.....	80
1. Hasil Uji Hipotesis Koefisien Determinasi (R^2)...80	
2. Hasil Uji Ketepatan Model (Uji Statistik F).....80	
3. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....82	
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.1	Perkembangan Pasar Industri Kosmetik di Indonesia.....	2
1.2	Top Brand For Teens Index Periode 2015-2019.....	3
1.3	Penjualan Lipstik Maybelline tahun 2017-2019.....	5
1.4	Pra Survey.....	8
3.1	Operasional Variabel.....	46
3.2	Skala Likert.....	47
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
4.5	Rekapitulasi Perhitungan Variabel Brand Ambassador.....	63
4.6	Rekapitulasi Perhitungan Variabel Harga.....	65
4.7	Rekapitulasi Perhitungan Variabel Iklan Televisi.....	66

4.8	Rekapitulasi Perhitungan Variabel Keputusan Pembelian.....	67
4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Brand Ambassador.....	69
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	70
4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Iklan Televisi.....	71
4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	72
4.13	Hasil Uji Reliabilitas.....	74
4.14	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	75
4.15	Hasil Uji Multikolinieritas.....	76
4.16	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	80
4.18	Hasil Uji Ketepatan Model (Uji Statistik F).....	81
4.19	Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	82

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
2.1	Rerangka Pemikiran.....	41
4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Surat Ijin Penelitian.....	94
Lampiran 2	Kuesioner.....	95
Lampiran 3	Jawaban Responden.....	100
Lampiran 4	Karakteristik Profil Responden.....	112
Lampiran 5	Hasil Uji Deskriptif.....	113
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas.....	115
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas.....	123
Lampiran 8	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	124
Lampiran 9	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	126
Lampiran 10	Hasil Uji Hipotesis.....	127