

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK WARDAH *EXCLUSIVE MATTE*  
LIPCREAM**

**SKRIPSI**



Nama : Anissa Salsabila

NIM : 43119010078

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK WARDAH *EXCLUSIVE MATTE*  
LIPCREAM**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
TERAKREDITASI-A  
Nama : Anissa Salsabila  
NIM : 43119010078

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anissa Salsabila

NIM : 43119010078

Program Studi : Manajemen S- 1

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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Juni 2022



Anissa Salsabila

NIM : 43119010078

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anissa Salsabila  
NIM : 43119010078  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH ATRIBUT PRODUK, CITRA MEREK,  
DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH  
EXCLUSIVE MATTE LIPCREAM  
Tanggal Sidang : 22 September 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Febrina Mahliza, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10232964



Please Scan QRCode to Verif

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Atribut Produk, Citra Merek, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Exclusive Matte Lipcream*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konsumen Wardah *Exclusive Matte Lipcream* yang melakukan pembelian maksimal 1 kali. Penentuan sampel pada penelitian ini sebanyak 130 responden dengan menggunakan teknik sampel *Purposive Sampling*. Pada penelitian ini menggunakan metode Analisis Deskriptif (*Descriptive Analysis*) dan teknik PLS (*Partial Least Square*) melalui *software* analisis SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Atribut Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Daya Tarik Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Atribut Produk, Citra Merek, Daya Tarik Iklan, Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of Product Attributes, Brand Image, and Advertising Appeal on the purchasing decision of Wardah Exclusive Matte Lipcream products. The population used in this study consists of consumers of Wardah Exclusive Matte Lipcream who have made a maximum of 1 purchase. The sample size for this study was 130 respondents, selected using purposive sampling technique. Descriptive Analysis and Partial Least Square (PLS) method through SmartPLS version 3.0 software were used in this study for data analysis. The results of this study indicate that Product Attributes have a positive and significant influence on the purchasing decision, Brand Image has a positive and significant influence on the purchasing decision, and Advertising Appeal has a positive and significant influence on the purchasing decision.*

*Keywords: Product Attributes, Brand Image, Advertising Appeal, Purchasing Decision*



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Atribut Produk, Citra Merek, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Exclusive Matte LipCream*”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk dapat 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 kepada Ibu Febrina Mahliza, S.E, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat – nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

Selain itu juga, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andiansyah, M., Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si,Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM. Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Catur Widayati, S.E. M.M, selaku Ketua Penguji pada sidang skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini

5. Bapak Eko Tama Putra Saratian, S.E, M.M., selaku Dosen Penguji 2 pada sidang skripsi ini, yang telah memberikan masukan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana dengan dedikasi dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Amiin.
7. Kedua orang tua, Bapak Tukirno dan Ibu Suprihatin, serta Kakak Desi Rahmawati yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material serta doa restu dan tiada hentinya memberikan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman – teman seperjuangan saya yang telah memberikan motivasi, dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. . Semoga kita dapat menggapai apa yang kita inginkan.
9. Bambang Muhammad Fajri yang telah memberikan dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsian sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang memberikan bantuan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.



Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah. pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Juni 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Anissa Salsabila'. The signature is stylized and includes a small 'S' at the end.

Anissa Salsabila

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>13</b>
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Perilaku Konsumen .....	13
2. Keputusan Pembelian .....	16
3. Atribut Produk.....	20
4. Citra Merek.....	23
5. Daya Tarik Iklan.....	25
B. Penelitian Terdahulu .....	28
C. Pengembangan Hipotesis .....	32
D. Kerangka Konseptual.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	35
B. Desain Penelitian.....	35
C. Definisi Variabel dan Operasional Variabel .....	36

a.	Definisi Variabel .....	36
b.	Operasionalisasi Variabel.....	37
D.	Skala Pengukuran .....	39
E.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	40
F.	Metode Pengumpulan Data .....	42
G.	Metode Analisa Data.....	43
1)	Analisis Deskriptif ( <i>Descriptive Analysis</i> ) .....	43
2)	Analisis PLS ( <i>Partial Least Square</i> ) .....	44
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
B.	Analisis Deskriptif .....	50
1.	Deskripsi Responden .....	50
2.	Deskripsi Variabel .....	53
C.	Hasil Analisis PLS ( <i>Partial Least Square</i> ) .....	58
1.	Pengujian Model Pengukuran <i>Outer Model</i> .....	58
2.	Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	69
D.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	74
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>77</b>
A.	Kesimpulan .....	77
B.	Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index 2019-2022 Kategori Lipstik.....	5
Tabel 1. 2 Produk Lipcream <i>Favorit</i> Di Tahun 2020-2022 .....	6
Tabel 1. 3 Pra Survey Penelitian .....	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	38
Tabel 3. 2 Skor Berdasarkan Skala <i>Likert</i> .....	40
Tabel 3. 3 <i>Rule of Thumb Validitas Outer Model Reflektif</i> .....	45
Tabel 3. 4 <i>Rule of Thumb Realibilitas Outer Model Reflektif</i> .....	46
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pernah / Belum Pernah Melakukan Pembelian .....	53
Tabel 4. 5 Uji Deskripsi Variabel Atribut Produk .....	54
Tabel 4. 6 Uji Deskripsi Variabel Citra Merek .....	55
Tabel 4. 7 Uji Deskriptif Variabel Daya Tarik Iklan .....	56
Tabel 4. 8 Uji Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	57
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi).....	59
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Setelah Modifikasi).....	61
Tabel 4. 11 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) (Sebelum Modifikasi).....	62
Tabel 4. 12 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) (Setelah Modifikasi) .....	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross Loading</i> ) (Sebelum Modifikasi) .....	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross Loading</i> ) (Setelah Modifikasi) .....	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornell Larcker Critetion</i> ) .....	67
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> (Sebelum Modifikasi) .....	68
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> (Setelah Modifikasi) .....	68

Tabel 4. 18 Hasil Uji Nilai <i>R-Square Adjusted</i> ( $R^2$ ) .....	69
Tabel 4. 19 Hasil Uji Nilai <i>Q-Square</i> ( $Q^2$ ).....	70
Tabel 4. 20 Hasil Uji Nilai F2 .....	71
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Hipotesis .....	72



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pasar Kosmetik Global (2014 - 2020) .....	2
Gambar 1.2 Produk Kecantikan Yang Paling Diminati (2021) .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	34
Gambar 4. 1 Hasil Pengujian Algoritma PLS (Sebelum Modifikasi).....	60
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Setelah Modifikasi) .....	62
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping.....	72

