

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK
LIPSTIK MAYBELLINE
(Studi pada Mahasiswi Universitas Mercu Buana di Jakarta)**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Yulya Aisyah Putri
NIM : 43120010173

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

2024

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK
LIPSTIK MAYBELLINE
(Studi pada Mahasiswi Universitas Mercu Buana di Jakarta)**

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



Nama : Yulya Aisyah Putri

NIM : 43120010173

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bersangkutan dibawah ini:

Nama : Yulya Aisyah Putri

NIM : 43120010173

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni 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).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 25 Juli 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Yulya Aisyah Putri
43120010173

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yulya Aisyah Putri
NIM : 43120010173
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Promosi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lipstik Maybelline (Studi pada Mahasiswi Universitas Mercu Buana di Jakarta)
Tanggal Sidang : 18 Juli 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04243995



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik lipstik Maybelline. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi yang sudah membeli kosmetik lipstik Maybelline. Sampel pada penelitian ini sebanyak 165 orang responden. menggunakan teknik metode *purposive sampling* dan memiliki kriteria khusus yaitu seluruh mahasiswi yang sudah membeli produk lipstik Maybelline minimal 2 kali. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square (Smart-PLS)* Versi 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand image, promotion and product quality on purchasing decisions for Maybelline lipstick cosmetics. The population in this study were female students who had purchased Maybelline lipstick cosmetics. The sample in this study were 165 respondents. using the purposive sampling method technique and has special criteria, namely female students who have bought Maybelline lipstick products at least 2 times. The approach used in this research is a quantitative approach. The data analysis method uses Partial Least Square (Smart-PLS) version 4.0. The results of this research indicate that brand image has a positive and significant effect on Purchase Decisions. promotion has a positive and significant effect on Purchase Decisions. The product quality has a positive and significant effect on Purchase Decisions.

Keywords: Brand Image, Promotion, Product Quality, Purchase Decision



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas berkah dan rahmat-nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul "**Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lipstik Maybelline (Studi Pada Mahasiswi Universitas Mercu Buana di Jakarta)**". Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, SE,MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, saran, semangat, pengetahuan, motivasi, masukan serta nasehat-nasehat yang telah diberikan kepada penulis.

Penyusunan penelitian ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, 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, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.

5. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
6. Teristimewa, kedua orang tua yang sangat penulis cintai yaitu Ibu Siti Khatimah dan Bapak Toni Hidayah yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi dukungan dan do'a yang tiada hentinya selalu kepada penulis. Serta kaka Juliana Yasmin yang selalu memberikan dukungan dukungan moril maupun material.
7. Sahabat penulis grup Jom. Malia Nastia Ramanda, Mariska Amelia Hidayat, Wia Fatmawati, Fadhillah Oktaviana, Aldini Septiani, Zagita Andini yang telah banyak membantu dan saling support dalam proses menulis dari awal proposal skripsi sampai siding skripsi. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, dukungan dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan S1 Manajemen FEB UMB angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangku kuliah ini. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
9. Kepada Iqbaal Dhiafakhri Ramadhan terima kasih sudah hadir menjadi penyemangat dan motivator, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan quotes penyemangatnya “Semua lulus pada waktunya masing-masing jadi just do your best, dan semangat terus”.
10. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri Yulya Aisyah Putri. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah

selalu dimanapun berada, Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini, terima kasih.



Jakarta, 20 Juni 2023

Yulya Aisyah Putri

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka.....	14
1. Perilaku konsumen.....	14
2. Teori S-O-R (<i>Stimulus, Organism, Respon</i>)	15
3. Keputusan Pembelian.....	15
4. Citra Merek	18
5. Promosi	20
6. Kualitas Produk.....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	24
C. Pengembangan Hipotesis.....	28
D. Kerangka Konseptual	29

BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Waktu dan Tempat Penelitian	31
1. Waktu Penelitian	31
2. Tempat Penelitian.....	31
B. Desain Penelitian	31
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	32
1. Definisi Variabel	32
2. Operasionalisasi Variabel.....	34
D. Skala Pengukuran Variabel	36
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
1. Populasi Penelitian	37
2. Sampel Penelitian.....	37
F. Metode Pengumpulan Data.....	38
G. Metode Analisa Data	39
1. Analisis Deskriptif	39
2. Uji Instrumen	40
a. Uji Validitas	40
b. Uji Reliabilitas	41
3. Analisis Partial Least Square	42
a. Pengertian Partial Least Square.....	42
b. Evaluasi Measurement (<i>Outer Model</i>).....	42
c. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
1. Sejarah Singkat Maybelline	47
2. Produk Lipstik Maybelline.....	49
B. Analisis Deskriptif.....	50
1. Deskripsi Responden.....	50
2. Deskripsi Variabel.....	53

C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	57
1. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	58
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	67
D. Pembahasan Hasil Penelitian	71
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (H1).....	71
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (H2).....	73
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (H3)	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	86



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1. 1	Pra Survey Pendahuluan 2023	10
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1	Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. 2	Skala Variabel	36
Tabel 4. 1	Daftar Jenis dan Jumlah Varian Lipstik Maybelline.....	49
Tabel 4. 2	Usia Responden.....	51
Tabel 4. 3	Jenjang Pendidikan	51
Tabel 4. 4	Jurusan	52
Tabel 4. 5	Analisis Deskriptif Citra Merek.....	53
Tabel 4. 6	Analisis Deskriptif Promosi.....	54
Tabel 4. 7	Analisis Deskriptif Kualitas Produk	55
Tabel 4. 8	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	56
Tabel 4. 9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi).....	60
Tabel 4. 10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	62
Tabel 4. 11	Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)	63
Tabel 4. 12	Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker</i>)	64
Tabel 4. 13	<i>Discriminant Validity</i> (<i>Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations</i>)	65
Tabel 4. 14	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	66
Tabel 4. 15	Hasil <i>Average Variance Extraccted</i> (AVE).....	66
Tabel 4. 16	Hasil Uji Model fit.....	67
Tabel 4. 17	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> (<i>R2</i>).....	68
Tabel 4. 18	Hasil Uji <i>F-Square</i>	68
Tabel 4. 19	Hasil Uji Nilai <i>Q-Square</i>	69
Tabel 4. 20	Hasil Pengujian Hipotesis	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1. 1	Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik Di Indonesia 2010-2023	2
Gambar 1. 2	Top 3 Brand Lipstik di <i>E-Commerce</i> 2021	5
Gambar 1. 3	Top Penjualan Produk Kosmetik Tahun 2022	6
Gambar 2. 1	Kerangka Konseptual	30
Gambar 4. 1	Hasil Pengujian PLS Algorithm (Sebelum Modifikasi).....	59
Gambar 4. 2	Hasil Pengujian PLS Algorithm (Modifikasi).....	61
Gambar 4. 3	Hasil Uji <i>Bootstrappingg</i>	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner Penelitian.....	86
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	92
Lampiran 3 Hasil Analisis Deskripsi Responden.....	110
Lampiran 4 Hasil Deskripsi Variabel.....	111
Lampiran 5 Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	114
Lampiran 6 Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	120

