

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND  
AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK  
WARDAH PADA KONSUMEN DI DKI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

**ELI AFRIANA  
203402516162**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND  
AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK  
WARDAH PADA KONSUMEN DI DKI JAKARTA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

**ELI AFRIANA**  
**203402516162**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebesar-besarnya, segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA KONSUMEN DI DKI JAKARTA**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis

Jakarta, 19 Februari 2024



Eli Afriana

203402516162

UNIVERSITAS NASIONAL

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*,  
DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH  
PADA KONSUMEN DI DKI JAKARTA**

Nama Mahasiswa : **ELI AFRIANA**

Nomor Pokok : **203402516162**

Program Studi : **MANAJEMEN**



Jakarta, 13 Februari 2024

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*,  
DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH  
PADA KONSUMEN DI DKI JAKARTA**

Nama Mahasiswa : **ELI AFRIANA**

Nomor Pokok : **203402516162**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas  
Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Ketua Penguji,



(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.)

Anggota Penguji,



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

Mengetahui,  
Dekan



(Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec. Ph.D.)

Jakarta: | Maret 2024

Tanggal lulus:

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA KONSUMEN DI DKI JAKARTA**

Oleh: Eli Afriana

NPM: 203402516162

Tugas akhir, di bawah bimbingan Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, *brand image*, dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di DKI Jakarta. Data pada penelitian ini menggunakan data primer dengan bentuk penyebaran kuesioner kepada 100 responden kosmetik Wardah di DKI Jakarta. Teknik analisis data penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengolahan data menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 23.0. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di DKI Jakarta, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di DKI Jakarta, serta *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada konsumen di DKI Jakarta. Hasil penelitian ini diharapkan agar kosmetik Wardah mampu lebih memperhatikan dan mengetahui permasalahan konsumen agar kedepannya konsumen tetap tertarik melakukan keputusan pembelian kosmetik Wardah dan lebih mempertahankan untuk meningkatkan keputusan pembelian melalui startegi kualitas produk, *brand image*, dan *brand ambassador*.

**Kata kunci:** kualitas produk, *brand image*, *brand ambassador*, dan keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND BRAND AMBASSADOR ON WARDAH COSMETIC PURCHASING DECISIONS ON CONSUMERS IN DKI JAKARTA***

By: Eli Afriana

NPM: 203402516162

*Final project, under the guidance of Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M*

*This research aims to analyze the influence of product quality, brand image and brand ambassador on consumers' purchasing decisions for Wardah cosmetics in DKI Jakarta. The data in this study used primary data in the form of distributing questionnaires to 100 Wardah cosmetics respondents in DKI Jakarta. The data analysis technique for this research uses multiple linear regression analysis and data processing using the SPSS (Statistical Package for Social Sciences) version 23.0 program. The results of this study show that product quality has a positive and significant influence on the decision to purchase Wardah cosmetics among consumers in DKI Jakarta, brand image has a positive and significant influence on the decision to purchase Wardah cosmetics among consumers in DKI Jakarta, and brand ambassador has a positive and significant influence on purchasing decisions. Wardah cosmetics to consumers in DKI Jakarta. It is hoped that the results of this research will enable Wardah cosmetics to pay more attention to and understand consumer problems so that in the future consumers will remain interested in making purchasing decisions about Wardah cosmetics and will be more persistent in improving purchasing decisions through product quality, brand image and brand ambassador strategies.*

**Keywords:** *product quality, brand image, brand ambassador, and purchasing decisions*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. BIODATA DIRI

1. Nama : Eli Afriana
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 16 Agustus 2002
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jl.A.Yani, Rt10/ Rw06, No.11 Jatipadang
5. No. Handphone : 081298726970
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : eliafriana16@gmail.com

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2008 – 2014 : SDN PASAR MINGGU 05 PAGI
2. 2014 – 2017 : SMPIT ASSALAAM
3. 2017 – 2020 : SMAN 104 JAKARTA
4. 2020 – 2024 : UNIVERSITAS NASIONAL



ELI AFRIANA

NPM (203402516162)



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Konsumen di DKI Jakarta” dengan baik. Tugas akhir ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk Studi Program Sarjana (S1) Prodi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penulis tentu saja menghadapi masalah teknis dan lainnya saat menyusun tugas akhir ini. Namun, tantangan tersebut dapat diatasi dengan baik berkat dukungan, kerjasama, dorongan, semangat, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan rendah hati, kasih sayang, dan rasa hormat, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional serta selaku Dosen Pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Nasional.
6. Bapak Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
8. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.

9. Bapak Zulham dan Ibu Nurlena selaku orang tua penulis yang tiada hentinya memberikan semangat, kasih sayang, serta doa yang tulus dan telah bekerja keras untuk memberikan dukungan materil sehingga penulis diberi kemudahan untuk melaksanakan serta menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
10. Siti Maimunah S.M. dan Leliana Sari selaku kakak dan adik penulis yang telah memberikan dukungan serta doa yang tulus saat penulis sedang mengerjakan tugas akhir ini.
11. Siti Nurlisa selaku sahabat penulis sejak SMP hingga perkuliahan ini yang selalu menemani penulis dari awal hingga saat ini dan selalu sabar membantu serta memberikan dukungan saat penulis sedang dalam keadaan sulit.
12. Fadilla Nur Azizah selaku sahabat penulis pada masa perkuliahan berlangsung hingga menjadi teman seperbimbingan yang telah sabar menemani, membantu, meluangkan waktu dan tenaganya serta memberikan dukungan kepada penulis dalam proses tugas akhir ini.
13. Ragil Aulia Rachel, Allifah Rihhadatul, Nurul Septia, Siti Utami, Padilah Anhar, M. Isyandi, dan Galih Wira selaku teman-teman seperjuangan yang selalu mendukung serta saling membantu untuk berproses bersama-sama.
14. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional angkatan 2020 yang telah berjuang bersama serta saling berbagi ilmu pengetahuan, pengalaman, dan informasi selama penulis menjalani perkuliahan.
15. Para responden yang telah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis.

Demikian, semoga tugas akhir ini bisa bermanfaat bagi pembaca dan khususnya bagi penulis. Penulis mohon maaf apabila dalam penulisan tugas akhir ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya menyempurnakan dan membangun yang mana pada akhirnya bermanfaat bagi pembaca dan penelitian selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Jakarta, 19 Februari 2024

Eli Afriana

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL JUDUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPEL JUDUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
HALAMAN ABSTRAK	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
1. Tujuan Penelitian.....	4
2. Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Manajemen Pemasaran.....	6
1. Definisi Manajemen Pemasaran.....	6
2. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	6
3. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	7
B. Keputusan Pembelian.....	8
1. Definsi Keputusan Pembelian.....	8
2. Indikator Keputusan Pembelian.....	8
3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	9
C. Kualitas Produk.....	10
1. Definisi Kualitas Produk.....	10
2. Indikator Kualitas Produk.....	11
3. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	12
D. <i>Brand Image</i> .....	12
1. Definisi <i>Brand Image</i> .....	12
2. Indikator <i>Brand Image</i> .....	13

3. Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> .....	14
<b>E. <i>Brand Ambassador</i> .....</b>	<b>14</b>
1. Definisi <i>Brand Ambassador</i> .....	14
2. Indikator <i>Brand Ambassador</i> .....	15
3. Fungsi <i>Brand Ambassador</i> .....	16
<b>F. Keterkaitan antar Variabel Penelitian .....</b>	<b>16</b>
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	16
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	17
3. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	17
<b>G. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....</b>	<b>18</b>
<b>H. Kerangka Analisis .....</b>	<b>20</b>
<b>I. Hipotesis .....</b>	<b>21</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>22</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
<b>A. Objek Penelitian .....</b>	<b>22</b>
<b>B. Data Penelitian .....</b>	<b>22</b>
1. Sumber Data dan Jenis Data .....	22
a. Sumber Data .....	22
b. Jenis Data .....	22
2. Populasi dan Sample .....	22
a. Populasi .....	22
b. Sample .....	23
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data .....	24
a. Metode Pengumpulan data .....	24
b. Alat Pengumpulan Data .....	24
<b>C. Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>25</b>
<b>D. Metode Analisis dan Pengujian hipotesis .....</b>	<b>26</b>
1. Analisis Deskriptif .....	26
2. Analisis Inferensial .....	26
a. Analisis Regresi Linear Berganda .....	27
3. Uji Instrumen .....	27
a. Uji Validitas .....	27
b. Uji Reliabilitas.....	28
4. Uji Asumsi Klasik.....	28
a. Uji Normalitas .....	28
b. Uji Multikolinearitas.....	28

c. Uji Heteroskedastisitas.....	29
d. Uji Auto Korelasi .....	29
5. Uji Kelayakan Model.....	30
a. Uji F .....	30
b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	30
6. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	30
<b>BAB IV .....</b>	<b>32</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
<b>A. Hasil Penelitian.....</b>	<b>32</b>
<b>1. Deskripsi Data Penelitian .....</b>	<b>32</b>
<b>2. Karakteristik Responden.....</b>	<b>32</b>
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	33
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	35
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Kosmetik Wardah .....	36
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Kosmetik Wardah .....	37
<b>3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....</b>	<b>38</b>
<b>a. Analisis Deskriptif .....</b>	<b>38</b>
1) Analisis Deskriptif Kualitas Produk ( $X_1$ ).....	38
2) Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> ( $X_2$ ) .....	39
3) Analisis Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> ( $X_3$ ).....	40
4) Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	41
<b>b. Uji Instrumen .....</b>	<b>43</b>
1) Uji Validitas .....	43
2) Uji Reliabilitas .....	46
<b>c. Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>47</b>
1) Uji Normalitas.....	47
2) Uji Multikolinearitas .....	48
3) Uji Heteroskedastisitas .....	49
4) Uji Autokorelasi .....	50
<b>d. Analisis Inferensial.....</b>	<b>50</b>
1) Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
<b>e. Uji Kelayakan Model.....</b>	<b>52</b>
1) Uji F.....	52

2) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	53
<b>f. Uji Hipotesis (Uji t)</b> .....	53
<b>B. Pembahasan</b> .....	<b>55</b>
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	55
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	55
3. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	56
<b>BAB V</b> .....	<b>58</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>58</b>
<b>A. Kesimpulan</b> .....	<b>58</b>
<b>B. Saran</b> .....	<b>59</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Indeks Wardah.....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	18
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert .....	25
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel .....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan pernah Menggunakan Kosmetik Wardah .....	36
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Kosmetik Wardah .....	37
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	39
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	40
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> .....	41
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas Produk .....	43
Tabel 4.11 Uji Validitas <i>Brand Image</i> .....	44
Tabel 4.12 Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i> .....	45
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	46
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 4.15 Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas .....	48
Tabel 4.17 Uji Glejser .....	49
Tabel 4.18 Uji Autokorelasi .....	50
Tabel 4.19 Analisis Regresi Linear Berganda .....	51
Tabel 4.20 Uji F.....	52
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4.22 Uji Hipotesis .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis.....	21
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	35
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Kosmetik Wardah.....	36
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Kosmetik Wardah.....	37

