

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LIPSTIK HANASUI
DIKALANGAN GEN Z DI KOTA DEPOK**

TUGAS AKHIR

Syabilla Dede Kurnaesi

213402516134



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LIPSTIK HANASUI
DIKALANGAN GEN Z DI KOTA DEPOK**

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

Oleh:

Syabilla Dede Kurnaesi

213402516134



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam Tugas Akhir yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LIPSTIK HANASUI DIKALANGAN GEN Z DI KOTA DEPOK

Merupakan gagasan atau temuan peneliti, kecuali jika sumbernya jelas ditunjukkan, Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar dalam program serupa diperguruan tinggi lainnya. Semua data dan informasi yang digunakan telah diungkapkan dengan jelas dan dapat diverifikasi keakuratannya.

Jakarta, 10 Februari 2025

Penulis



Syabilla Dede Kurnaesi



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LIPSTIK HANASUI DIKALANGAN GEN Z DI KOTA DEPOK**

Nama Mahasiswa : **Syabilla Dede Kurnaesi**

Nomor Pokok Mahasiswa : **213402516134**

Program Studi : **Manajemen**

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir

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

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen


(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 10 Februari 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LIPSTIK HANASUI DIKALANGAN GEN Z DI KOTA DEPOK**

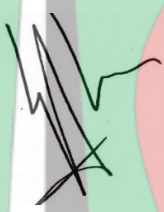
Nama Mahasiswa : **Syabilla Dede Kurnaesi**

Nomor Pokok Mahasiswa : **213402516134**

Program Studi : **Manajemen**

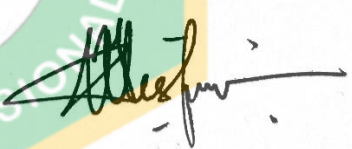

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian
Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir





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

Ketua Penguji, Anggota Penguji,



(Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M.) (Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Mengetahui
Dekan,



(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta, Februari 2025

Tanggal Lulus: Februari 2025

ABSTRAK
PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LIPSTIK HANASUI
DIKALANGAN GEN Z DI KOTA DEPOK

Oleh:

Syabilla Dede Kurnaesi

NPM: 213402516134

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Elwisam, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang produk Lipstik Hanasui di Kota Depok. Data penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner kepada 100 responden kepada kalangan Gen Z di Kota Depok. Teknik sampel menggunakan *Lameshow*. Metode pada penelitian ini yaitu kuantitatif dengan menggunakan bantuan software *Warp Partial Least Square (PLS)* versi 7.0 yang meliputi evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner Model*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Ulang (Y), Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Ulang (Y), Promosi (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang (Y).

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Promosi dan Minat Beli Ulang

ABSTRACT
***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND
PROMOTION ON REPURCHASE INTEREST IN HANASUI LIPSTICK
AMONG GEN Z IN DEPOK CITY***

By:

Syabilla Dede Kurnaesi

NPM: 213402516134

The final project under supervision of Dr. Elwisam, S.E., M.M

This research aims to examine the influence of product quality, brand image and promotion on repurchase interest in Hanasui lipstick products in Depok City. This research data uses primary data through questionnaires to 100 respondents among Gen Z in Depok City. The sampling technique uses Lameshow. The method in this research is quantitative using the software Warp Partial Least Square (PLS) version 7.0 which includes evaluation of the measurement model (outer model) and evaluation of the structural model (inner model). The results of this research show that Product Quality (X1) has a significant positive effect on Repurchase Intention (Y), Brand Image has a significant positive effect on Repurchase Intention (Y), Promotion (X3) has no significant effect on Repurchase Intention (Y).

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Promotion, and Repurchase Intention*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan Syukur bagi Allah SWT yang hingga sampai saat ini masih melimpahkan berbagai macam Nikmat-Nya. Serta tak lupa sholawat dan salam kami sanjungkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, karena Rahmat dan hidayah Allah penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Pada Lipstik Hanasui Dikalangan Gen Z di Kota Depok.”** Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi Strata Satu (S1) pada Program Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, hal ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis sendiri maupun bagi teman-teman yang membaca. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung:

1. Kepada Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan bimbingan yang telah diberikan selama perjalanan akademis penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, penulis mengucapkan terima kasih atas dorongan dan arahan yang telah diberikan.
3. Kepada Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E, M.M, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, penulis mengucapkan terima kasih atas perhatian dan motivasi yang telah diberikan.
4. Kepada Ibu Dr. Resti Hardini, S.E, M.Si., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, penulis mengucapkan terima kasih atas semua arahan dan bimbingan yang telah diberikan.

5. Kepada Bapak Dr. Elwisam, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing saya dalam penyusunan tugas akhir ini, yang telah bersedia memberikan arahan dan dukungan yang sangat berarti bagi penulis dalam memperbaiki kekurangan yang ada, sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dan proses belajar.
7. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.
8. Kepada orang tua saya ibu Agustini dan Ayah Iyus Ruslan, terima kasih banyak karena sudah merawat, memberikan kasih sayang yang cukup, dukungan yang tiada henti diberikan serta mendoakan penulis dalam setiap perjalanan sampai telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
9. Kepada diri saya sendiri saya ucapkan terima kasih karena telah berjuang sampai saat ini, dan berusaha serta ketekunan dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
10. Kepada teman-teman saya, Regina, Kezia, Nada, Diba, serta teman-teman SMA saya yang tidak saya sebutkan satu persatu yang telah sepenuh hatinya mendukung perjalanan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dan memberikan motivasi kepada penulis.
11. Kepada Sandra Dhara Melanis, teman pertama saya disaat masuk perkuliahan, saya ucapkan terima kasih banyak karena telah membantu disaat kesusahan dan selalu support saya.
12. Kepada Syalwaa, Zahra, Uci, Vinka, Tiara, terima kasih untuk selalu memberikan motivasi yang terbaik kepada penulis memberikan saran serta membantu dalam hal apapun disetiap kondisi.
13. Kepada teman seperjuangan saya yang sama-sama sedang menyusun tugas akhir yaitu Via, Nanik, Selly, Fia, dan Ayu telah memberikan semangat untuk mengerjakan tugas akhir ini dan bisa sama-sama selesai tepat waktu.

14. Dan terakhir kepada teman-teman Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah berjuang bersama dalam pengerjaan tugas akhir ini serta motivasi yang diberikan.

Jakarta, 10 Februari 2025

Penulis



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

ABSTRACT

DAFTAR RIWAYAT HIDUP i

KATA PENGANTAR.....ii

DAFTAR ISI..... v

DAFTAR GAMBAR.....vii

DAFTAR TABELviii

DAFTAR LAMPIRAN.....ix

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah..... 5

C. Tujuan Penelitian..... 5

D. Kegunaan Penelitian..... 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 7

A. Manajemen Pemasaran 7

1. Pemasaran..... 7

2. Manajemen Pemasaran..... 8

3. Fungsi Manajemen 8

B. Minat Beli Ulang 9

C. Kualitas Produk 11

D. Citra Merek..... 13

E. Promosi	15
F. Keterkaitan Antara Variabel	17
G. Hasil Penelitian Terdahulu Sesuai Dengan Rujukan.....	18
H. Kerangka Analisis	21
I. Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Objek Penelitian	23
B. Data Penelitian	23
C. Teknik dan Pengumpulan Data.....	25
D. Metode Analisis.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Hasil Penelitian	32
B. Pembahasan Hasil Penelitian	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan	2
Gambar 2.1 Bagan Analisis	21
Gambar 3.1 Diagram Alur.....	30
Gambar 4.1 Diagram Persentase Usia.....	35
Gambar 4.2 Diagram Persentase Jenis Pekerjaan	36
Gambar 4.3 Diagram Alur (Path Diagram).....	47



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert.....	25
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan	35
Tabel 4.3 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1)	37
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Citra Merek (X2).....	37
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Promotion (X3)	38
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang (Y)	39
Tabel 4.7 Hasil Output Convergent Validity	40
Tabel 4.8 Hasil Output Average Variance Extracted (AVE).....	41
Tabel 4.9 Hasil Output AVE (Square Root AVE)	42
Tabel 4.10 Hasil Output Composite Reability	43
Tabel 4.11 Hasil Output Goodness fit Model	44
Tabel 4.12 Hasil Output Uji Path Coefficient.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden	59
Lampiran 2 Tabulasi Data	64
LAMPIRAN 3 <i>OUTPUT</i> WARPPLS	70
Lampiran 4 Hasil Turnitin	73
Lampiran 5 Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir	74

