

**PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK
SKINTIFIC *SKINCARE* DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

Nanik Nuryani

213402516441



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

2025

**PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER*, CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK
SKINTIFIC *SKINCARE* DI JAKARTA SELATAN**

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

Disusun oleh:

Nanik Nuryani

213402516441



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

2025

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER*, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK SKINTIFIC *SKINCARE* DI JAKARTA SELATAN

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

Jakarta, Februari 2025


METERAI TEMPEL
AD3AKX112499923

Nanik Nuryani

Npm: 213402516441

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER*, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK SKINTIFIC *SKINCARE* DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Nanik Nuryani**

Nomor Pokok : **213402516441**

Program Studi : **Manajemen**

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Elwisam, SE., MM.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

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

Jakarta, 10 Februari 2025



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER*, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK SKINTIFIC *SKINCARE* DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Nanik Nuryani**

Nomor Pokok : **213402516441**

Program Studi : **Manajemen**

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

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Elwisam, SE., MM.)

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



UNIVERSITAS NASIONAL

ABSTRAK
**PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER*, CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK
SKINTIFIC SKINCARE DI JAKARTA SELATAN**

Oleh:

Nanik Nuryani

NPM: 213402516441

Tugas Akhir dibawah bimbingan Dr. Elwisam, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengujian pengaruh Beauty Influencer, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang produk Skintific Skincare di Jakarta Selatan. Metode pada penelitian ini yaitu kuantitatif dengan menggunakan bantuan Software Warp Partial Least Square (PLS) 7.0 yang mencakup evaluasi model pengukuran (outer model) dan evaluasi model struktural (inner model), serta teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow dengan total 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel Beauty Influencer, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang pengguna Skintific Skincare di Jakarta Selatan.

Kata Kunci: Beauty Influencer, Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang

ABSTRAK

THE INFLUENCE OF BEAUTY INFLUENCERS, BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON REPURCHASE INTENTION ON SKINCARE SKINTIFIC PRODUCTS IN SOUTH JAKARTA

By:

Nanik Nuryani

NPM: 213402516441

Final Project under the guidance of Dr. Elwisam, SE, MM.

This research aims to examine the effect of Beauty Influencers, Brand Image, and Product Quality on Repurchase Intention in Skintific Skincare products in South Jakarta. The method in this research is quantitative using the help of Warp Partial Least Square (PLS) 7.0 software which includes evaluating the measurement model (outer model) and evaluating the structural model (inner model), as well as sampling techniques using the Lemeshow formula with a total of 100 respondents. The results showed a positive and significant influence of the variables Beauty Influencer, Brand Image, and Product Quality on Repurchase Interest of Skintific Skincare users in South Jakarta.

Keywords: Beauty Influencer, Brand Image, Product Quality, Repurchase Intention

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Segala puji dan syukur saya haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan berkat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Beauty Influencer, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Skintific Skincare di Jakarta Selatan.” 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. Selama proses penulisan, penulis mendapatkan banyak pelajaran, motivasi, dan arahan yang sangat berharga dari berbagai pihak.

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, MA, selaku Rektor Universitas Nasional, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan bimbingan yang telah diberikan selama perjalanan akademis penulis.
2. Bapak Dr. Suryono Efendi, SE, MBA, MM, selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, penulis mengucapkan terima kasih atas dorongan dan arahan yang telah diberikan.
3. Kepada Ibu Dr. Rahayu Lestari, SE, MM, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, penulis mengucapkan terima kasih atas perhatian dan motivasi yang telah diberikan.
4. Kepada Ibu Dr. Resti Hardini, SE, 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, SM, MM, selaku dosen pembimbing 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. Kepada seluruh dosen, staf, dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu, membina, serta memberikan motivasinya.
7. Kepada kedua orang tua saya Bapak Amin Syahuri dan Ibu Endang dan keluarga saya, yang telah memberikan segala bentuk kasih sayang, nasihat, doa, dan restu selama saya menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Kepada diri saya sendiri ingin mengucapkan terima kasih atas ketekunan, usaha, dan dedikasi yang telah saya tunjukkan selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
9. Kepada calon masa depan saya, ingin mengucapkan terima kasih untuk Jin, Suga, Rm, Jhope, Jimin, V, dan Jungkook yang telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi dalam hidup saya. Melalui karya-karya dan dedikasi Anda, memberikan dorongan bagi saya untuk mengejar impian saya sendiri dan semangat untuk terus berkembang.
10. Kepada teman-teman seperjuangan saya, Chesa, Windy, Putri, Julia, Nabila, Syakira, Hani, Christina, Devita, Alsa, Kharisa, Naila, Melati, Opik, Andika, Malika, Nanda, Iqbal, Bila, Intan, Tiara, Manda, Aies, Viona, Elpin, Nabillah, Ibet, Syabilla, Via, Lufiah, Selly, Ayu yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada saya dan kepada teman-teman angkatan 2021 fakultas ekonomi yang telah berjuang bersama saya, terima kasih atas dukungan dan motivasi yang telah kalian berikan selama proses penyelesaian tugas akhir ini.

Jakarta, Februari 2025

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRAK</i>	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. MANAJEMEN PEMASARAN	7
1. Pemasaran	7
2. Manajemen Pemasaran	7
3. Fungsi Manajemen Pemasaran	8
4. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	9
B. MINAT BELI ULANG	10
1. Pengertian Minat Beli Ulang	10
2. Dimensi Minat Beli Ulang	11
3. Indikator Minat Beli Ulang	11
C. <i>BEAUTY INFLUENCER</i>	12
1. Pengertian <i>Beauty influencer</i>	12
2. Dimensi <i>Beauty influencer</i>	15
3. Indikator <i>Beauty influencer</i>	16
D. CITRA MEREK	16

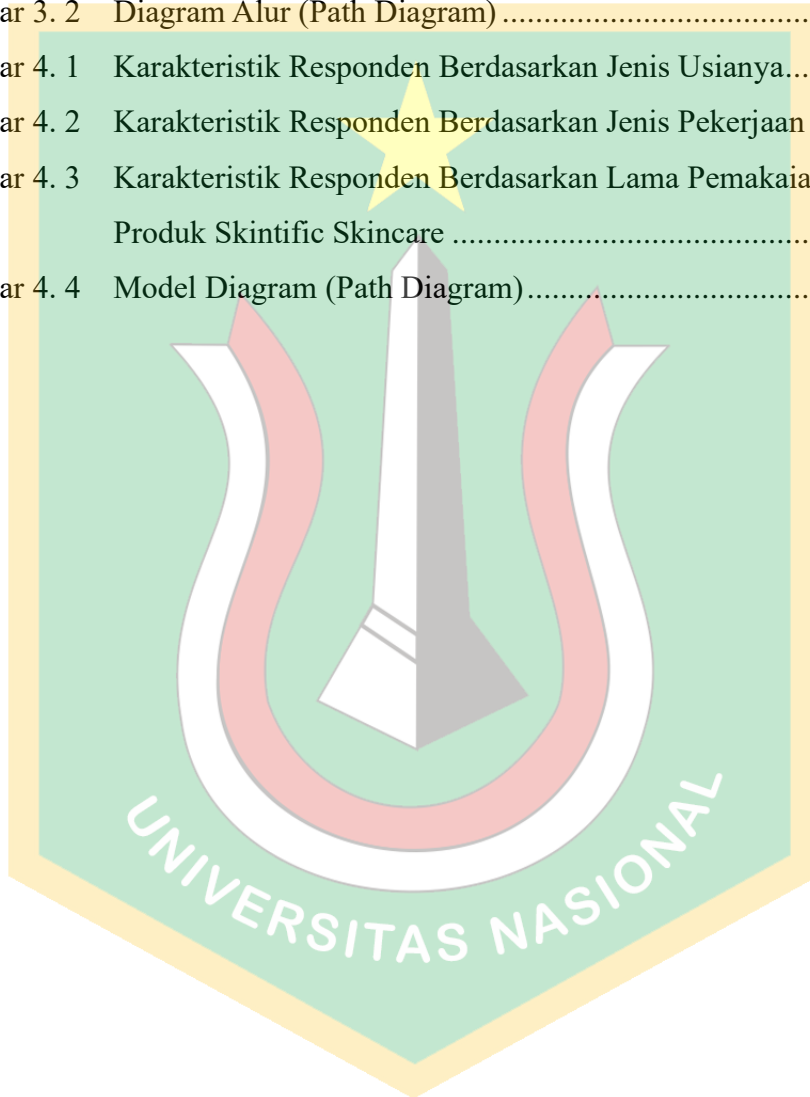
1.	Pengertian Citra Merek	16
2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	19
3.	Indikator Citra Merek	20
E.	KUALITAS PRODUK	20
1.	Pengertian Kualitas Produk	20
2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	22
3.	Indikator Kualitas Produk	24
F.	KETERKAITAN ANTAR VARIABEL	25
1.	Pengaruh <i>Beauty influencer</i> Terhadap Minat Beli Ulang	25
2.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang	25
3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang	26
G.	PENELITIAN TERDAHULU	27
H.	KERANGKA ANALISIS	31
I.	HIPOTESIS	32
BAB III METODE PENELITIAN		33
A.	Objek Penelitian	33
B.	Data Penelitian	33
1.	Sumber dan Jenis data	33
2.	Populasi dan Sampel	34
3.	Teknik dan Alat Penelitian	35
C.	Operasional Variabel	36
D.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	38
1.	Metode Analisis	38
2.	Pengujian Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		43
A.	Hasil Penelitian	43
1.	Deskripsi Objek Penelitian	43
2.	Sejarah Skintific	43
3.	Deskripsi Data Penelitian	44
4.	Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	48
5.	Pembahasan Hasil Penelitian	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		65
A.	Kesimpulan	65
B.	Saran	65

DAFTAR PUSTAKA 67
LAMPIRAN 74



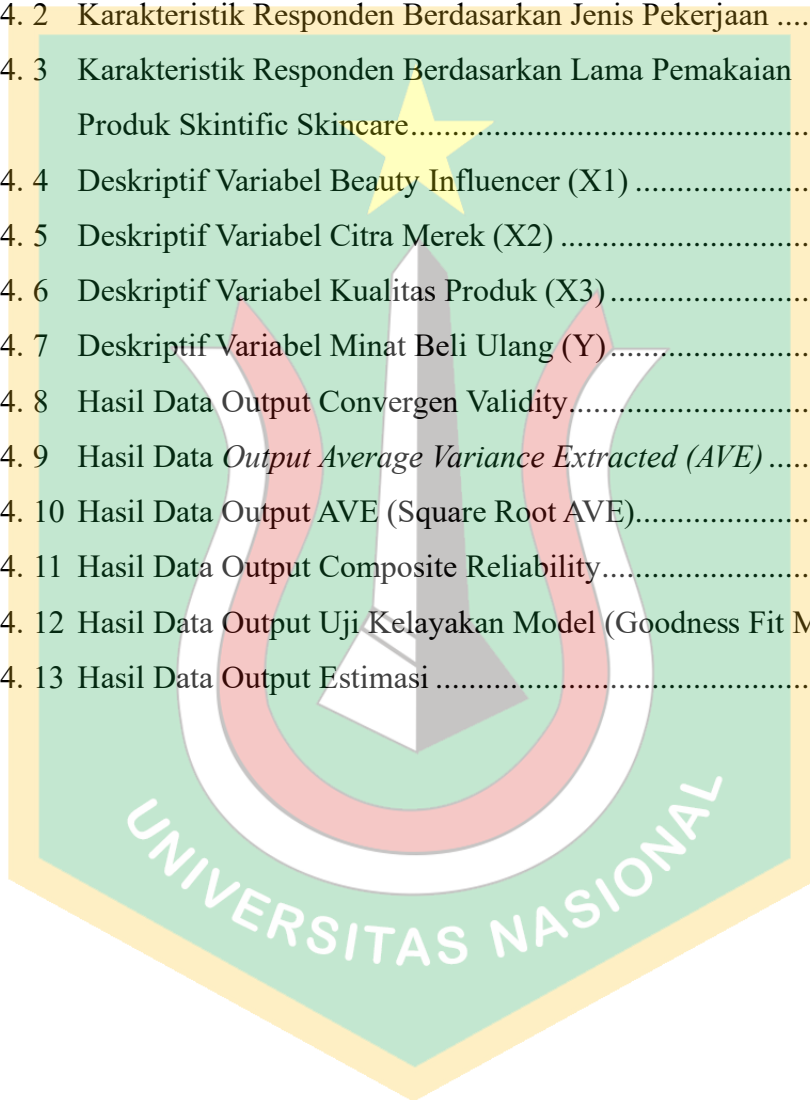
DAFTAR GAMBAR

Keterangan	Halaman
Gambar 1. 1 Penjualan Produk Skincare.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Analisis.....	31
Gambar 3. 1 Operasional Variabel.....	36
Gambar 3. 2 Diagram Alur (Path Diagram).....	41
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usianya.....	45
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	46
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian Produk Skintific Skincare.....	48
Gambar 4. 4 Model Diagram (Path Diagram).....	59



DAFTAR TABEL

Keterangan	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian Produk Skintific Skincare.....	47
Tabel 4. 4 Deskriptif Variabel Beauty Influencer (X1)	49
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Citra Merek (X2)	49
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3).....	50
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	51
Tabel 4. 8 Hasil Data Output Convergen Validity.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Data <i>Output Average Variance Extracted (AVE)</i>	53
Tabel 4. 10 Hasil Data Output AVE (Square Root AVE).....	54
Tabel 4. 11 Hasil Data Output Composite Reliability.....	55
Tabel 4. 12 Hasil Data Output Uji Kelayakan Model (Goodness Fit Model)	56
Tabel 4. 13 Hasil Data Output Estimasi	57



DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
LAMPIRAN 1 KUESIONER.....	75
LAMPIRAN 2 TABULASI JAWABAN RESPONDEN.....	79
LAMPIRAN 3 OUTPUT HASIL OLAH WARPPLS.....	89
LAMPIRAN 4 LOGBOOK.....	93
LAMPIRAN 5 TURNITIN.....	94

