

**PENGARUH BRAND IMAGE, PERSEPSI HARGA , KUALITAS
PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
KOSMETIK WARDAH**

TUGAS AKHIR

NADIA MEYLANDA PUTRI

193402516044



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

**PENGARUH BRAND IMAGE, PERSEPSI HARGA , KUALITAS PRODUK
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KOSMETIK
WARDAH**

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

Oleh :

NADIA MEYLANDA PUTRI

193402516044



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul :

PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA , KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG KOSMETIK WARDAH SECARA ONLINE (STUDI KASUS TOKO TNT BEAUTY SHOP DI SHOPEE)

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 5 Februari 2023

Penulis



NADIA MEYLANDA PUTRI
NPM: 193402516044



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH BRAND IMAGE, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KOSMETIK WARDAH

Nama Mahasiswa : Nadia Meylanda Putri

Nomor Pokok : 193402516044

Program Studi : MANAJEMEN



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH BRAND IMAGE, PERSEPSI HARGA ,
KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG KOSMETIK
WARDAH

Nama Mahasiswa : Nadia Meylanda Putri

Nomor Pokok : 193402516044

Program Studi : MANAJEMEN

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

Menyetujui,
Pembimbing Skripsi,

(Olivia Yolanda, S.E., M.M)

Ketua Penguji

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

Anggota/Penguji

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

Mengetahui,

Dekan

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

ABSTRAK
PENGARUH BRAND IMAGE, PERSEPSI HARGA , KUALITAS PRODUK
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KOSMETIK
WARDAH

Oleh :

Nadia Meylanda Putri

NPM. 193402516044

Tugas akhir, dibawah bimbingan Olivia Yolanda, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif sampel dalam penelitian 100 responden yang melakukan minat beli ulang pada produk kosmetik Wardah. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner kepada 100 responden yaitu menggunakan produk kosmetik Wardah, Teknik sampel menggunakan lemeshow dan Teknik analisis data menggunakan analisis inferensial dengan regresi linear berganda dan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 23.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel brand image, persepsi harga, kualitas produk, kepercayaan terhadap minat beli ulang kosmetik wardah.

Kata Kunci : brand image, persepsi harga, kualitas produk, kepercayaan dan minat beli ulang.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY AND TRUST ON INTEREST TO REPURCHASE WARDAH COSMETICS

By :

Nadia Meylanda Putri

NPM. 193402516044

The final project under supervision of Olivia Yolanda, S.E., M.M

This study aims to determine the effect of brand image, price perception, product quality and trust on intention to repurchase Wardah cosmetics. The research method used is the quantitative sample method in a study of 100 respondents who are interested in repurchasing Wardah cosmetic products. The data collection method used was by giving questionnaires to 100 respondents, namely using Wardah cosmetic products, sample techniques using lemeshow and data analysis techniques using inferential analysis with multiple linear regression and using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) program version 23.0. The results of this study indicate that there is a positive and significant influence between the variables brand image, price perception, product quality, trust in repurchasing intention of wardah cosmetics.

Keyword : brand image, price perception, product quality, trust and repurchase intention.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Nadia Meylanda Putri
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 30 Juli 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Jl. Kebagusan Besar RT 03 RW 06,
Kec. Pasar Minggu
Telepon : 085719092187
Email : nadiameylandaputri960@gmail.com

2. RIWAYAT PENDIDIKAN

2007 – 2013 : SDN Kebagusan 02 Pagi
2013 – 2016 : SMPN 46 Jakarta
2016 – 2019 : SMKS Pembangunan Jaya – Yakapi
2019 – 2023 : Universitas Nasional



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur penulis panjatkan atas Kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala Berkat bimbingan dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah Secara Onlne (Studi Kasus Toko TNT Beauty Shop di Shopee).” Prasyarat untuk menyelesaikan pendidikan diploma (S1) pada program studi manajemen Universitas Nasional di Fakultas Ekonomi.

Penulis berkeyakinan bahwa pembuatan karya ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya dan khusus kepada kedua orang tua penulis atas segala dukungan, bantuan moril dan finansial serta doa-doanya selama ini. penulis studi Dalam pengerjaan skripsi ini, penulis banyak menghadapi tantangan dan hambatan, maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih untuk dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, Kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. Selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digidowiseiso, S.E. M.App.Ec. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr.Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakulats Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Ibu Resti Hardini, S.E., M.Si. Selaku ketua Program Studi Manajamen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Olivia Yolanda, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat berperan besar dalam menyelesaikan skripsi ini karena telah bersedia meluangkan waktu , tenaga, pikiran dan kesabarannya dalam memberikan arahan, berbagi ilmu, petunjuk, dan bimbingan secara tulus kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.

6. Seluruh jajaran Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membina, memberikan ilmu dan memberikan dukungan serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
7. Seluruh jajaran staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan kemudahan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
8. Terimakasih kepada Kedua Orang tua Penulis yang tercinta, Bapak Rudi Rustam dan Ibu Arie Retno Hirowati yang selalu memberikan dorongan semangat, motivasi, nasehat, serta Doa dan perhatian lebih yang semua itu bertujuan agar penulis cepat dalam menyelesaikan skripsinya.
9. Kepada teman – teman saya (Sharif Munajatullah, Nur Fatjriah, Yunita Rika Ariani, Ahmad Muhajir, Ariyanto, Qory Ramandha, Yolti Efendi, Taopik Hidayat, Evan) yang telah memberikan motivasi dan support dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada Teman - Teman seperjuangan yang sedang menyusun skripsi khususnya Program studi Manajemen angkatan 2019 ganjil Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah berbagi suka dan duka selama penulis menjalani masa perkuliahan.
11. Semua pihak yang tidak bisa sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan selama masa perkuliahan.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat balasan berlipat ganda dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam menyusun skripsi ini baik dalam teknik penyusunan maupun dalam pembahasan. Demikian skripsi ini saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat berharga bagi penulis. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan manfaat yang berarti kepada pihak yang pembaca. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih banyak kepada semua kalangan yang turut membantu penulis untuk dapat mentuntaskan tugas skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Manajemen Pemasaran	6
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	6
3. Brand Image.....	9
4. Harga.....	11
5. Kualitas Produk.....	12
6. Kepercayaan Konsumen	14
7. Minat Beli Ulang.....	15
B. Keterkaitan antara Variabel Penelitian	18
1. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang.....	18
2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang.....	18
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	19
4. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	19
5. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan	19

6. Kerangka Analisis	23
7. Hipotesis	25
BAB III.....	27
METEDOLOGI PENELITIAN	27
A. Objek Penelitian.....	27
C. Data Penelitian	27
1. Sumber Data dan Jenis Data	27
2. Populasi dan Sampel	28
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data	28
D. Definisi Operasional Variabel.....	29
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	30
1. Metode Analisis	30
2. Uji Intrumens	31
3. Uji Asumsi Klasik	31
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
5. Uji Kelayakan Model.....	34
6. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	34
BAB IV	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Hasil Penelitian	36
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	36
2. Sejarah Singkat Pembahasan	36
3. Deskripsi Data Penelitian.....	38
4. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	42
B. Pembahasan.....	58
BAB V	61
KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan	19
Tabel 3.2 Defini Operasional Variabel	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	41
Tabel 4.5 Dekriptif Variabel Brand Image (X1)	42
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Harga (X2)	43
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3)	44
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen (X4)	45
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang (Y)	46
Tabel 4.10 Rekapitulasi Uji Validitas	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.16 Hasil Uji F	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisisensi Determinasi	56
Tabel 4.18 Hasil Uji T	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Merk Kosmetik Lokal Yang Paling Banyak Digunakan	1
Gambar 2.1 Kerangka Analisis	24
Gambar 4.1 Diagram Persentase Jenis Kelamin	39
Gambar 4.2 Diagram Persentase Usia	40
Gambar 4.3 Diagram Persentase Jenis Pekerjaan	41
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskadasitas	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner	66
Lampiran 2 Tanggapan Responden	71
Lampiran 3 Output Hasil Olahan SPSS	84
A. Uji Validitas	84
B. Uji Reabilitas Instrument	87
C. Regression Linear Berganda	87
D. Uji Asumsi Klasik	88
Lampiran 4 Hasil Turnitin	91

