

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SABUN PEMBERSIH WAJAH GARNIER DI JAKARTA**

TUGAS AKHIR

Syifa Mutiara Rachmah

193402516409



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

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SABUN PEMBERSIH WAJAH GARNIER DI JAKARTA**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nasional

Oleh:

Syifa Mutiara Rachmah

193402516409



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

LEMBAR PERNYATAAN

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

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN BRAND
AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SABUN PEMBERSIH WAJAH GARNIER DI JAKARTA”**

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

Jakarta, 10 Juli 2023



Syifa Mutiara Rachmah

Npm 193402516409

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK,^h PERSEPSI HARGA, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SABUN PEMBERSIH WAJAH GARNIER DI JAKARTA**

Nama mahasiswa : Syifa Mutiara Rachmah

Nomor Pokok : 193402516409

Program Studi : Manajemen

Pembimbing : Dr. Elwisam, SE.,MM

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Elwisam, SE.,MM.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini, Se.,M.Si.)

Jakarta , 18 Agustus 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SABUN PEMBERSIH WAJAH GARNIER DI JAKARTA**

Nama Mahasiswa : Syifa Mutiara Rachmah

Nomor Pokok : 193402516409

Program Studi : Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Elwisam, SE.,MM.)

Mengetahui

Ketua Penguji

Anggota Penguji

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

(Dr. Muhani, SE., M.Si.M.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Kumba Digdowiseiso, SE., M.AppEc., Ph.D.)

Tanggal Ujian : 18 Agustus 2023

Tanggal Lulus: 18 Agustus 2023

ABSTRAK

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SABUN PEMBERSIH WAJAH GARNIER DI JAKARTA ”

Oleh :

Syifa Mutiara Rachmah

NPM : 193402516409

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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk sabun pembersih wajah Garnier di Jakarta. Data untuk Data primer digunakan dalam penelitian ini kepada 100 orang responden dalam kuesioner responden produk Garnier. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 23 yang digunakan dalam analisis penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, keputusan pembelian untuk membeli produk Garnier perpengaruh positif dan signifikan yang dipengaruhi oleh kualitas produk, persepsi harga, dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian akan meningkat jika Garnier meningkatkan kualitas produk, persepsi harga, dan brand ambassador akan meningkat. Nilai Koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,616 yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan brand ambassador memberikan kontribusi 61,6% terhadap keputusan pembelian produk Garnier, sedangkan sisanya variabel lain yang belum diteliti berpengaruh sebesar 38,4%.

Kata Kunci : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian

ABSTRACT

“THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND BRAND AMBASSADOR ON THE PURCHASE DECISION OF GARNIER FACIAL CLEANSER PRODUCTS IN JAKARTA”

By:

Name :

Syifa Mutiara Rachmah

NPM :

193402516409

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

This study aims to determine how much influence the influence of product quality, price perception, and brand ambassadors has on purchasing decisions for Garnier facial cleansing soap products in Jakarta. Data for primary data was used in this study to 100 respondents in the Garnier product respondent questionnaire. The analysis used in this study is SPSS version 23 which is used in the analysis of this study is multiple linear regression.

The finding demonstrated that Product Quality, Perceived Price, and Brand Ambassador have a positive and significant impact on decisions to purchase Garnier products. This indicates that Garnier will increase purchasing decisions if it influences Product Quality, Perceived Price, and Brand Ambassador. The coefficient of determination (Adjusted R Square) value of 0.616 indicates that the factors Product Quality, Perceived Price, and Brand Ambassador perception contribute 61.6 %to the decision to purchase Garnier products, while other factors that were not examined influence 38.4%.

Keywords: Effect of Product Quality, Perceived Price, and Brand Ambassador on Purchasing Decisions

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Syifa Mutiara Rachmah
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta 07 Januari 2001
Jenis Kelamin ` : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jl. Delima Raya 6 Kec. Duren Sawit, Jakarta Timur
Telepon/HP : 081388921732
Status : Belum Menikah
Kewarganegaraan : Indonesia
Email : syifamutiararachmah32@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2007 – 2013 : SDN Negri 04 Malaka Sari
2013 – 2016 : SMPN 67 Jakarta
2016 – 2019 : SMK BPS&K1 Jakarta
2019 – 2023 : Universitas Nasional

Jakarta, 10 Juni 2023



Syifa Mutiara Rachmah

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Sarjana Strata Satu jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Selesaiannya skripsi ini yang berjudul “

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SABUN PEMBERSIH WAJAH GARNIER DI JAKARTA”

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini, Penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, arahan dan juga dukungan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak 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.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Elwisam, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memotivasi, serta memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat.
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 sudah mengajarkan, dan memberikan ilmu pengetahuan hikmah bagi anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar serta mengajar.
8. Kepada seluruh Staf Administrasi dan Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut serta membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir.
9. Teruntuk orang tua saya yang tiada hentinya selalu mendoakan, memberi dukungan,

memotivasi, menguatkan serta selalu ada dalam situasi apapun selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan waktu yang tepat.

10. Kepada teman-teman seperjuangan saya (Amrita ,Nita, Nazuah, Nina, & Dila) yang telah membantu mengajarkan, memberi motivasi, informasi, support, semangat dan memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kepada seluruh responden yang sudah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis.
12. Teman-teman Manajemen FEB Universitas Nasional angkatan 2019 yang telah berbagi ilmu pengetahuan dan informasi selama masa perkuliahan berjalan.
13. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan selama menyusun tugas akhir ini.



Jakarta, 10 Juni 2023

Syifa Mutiara Rachmah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)

HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

KATA PENGANTAR.....vii

DAFTAR ISI.....x

DAFTAR TABEL.....xiii

DAFTAR GAMBAR.....xiv

DAFTAR LAMPIRAN.....xv

BAB I PENDAHULUAN.....1

A. Latar Belakang Masalah.....1

B. Perumusan Masalah.....3

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....3

D. Manfaat Penelitian.....6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....5

A. Pengertian Manajemen Pemasaran.....5

1. Manajemen Pemasaran7

2. Pengaruh Kualitas Produk9

3. Persepsi Har.....10

4. Brand Ambassador12

5. Keputusan Pembelian.....13

B. Keterkaitan Antar Variabel.....14

1. Pengaruh kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....14

2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....15

3. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pemebelian.....15

C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Dengan Rujukan Penelitian.....	16
D. Kerangka Analisis.....	18
E. Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Objek Penelitian	21
B. Data Penelitian	21
1. Sumber Data dan Jenis Data	21
2. Populasi dan Sampel	21
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	23
C. Jenis Variabel Yang Digunakan	23
D. Definisi Operasional	23
E. Metode Analisis	25
1. Metode Analisis Destriptif	26
2. Metode Analisis Inferensial	26
3. Metode Analisis Regresi Liner Berganda	26
F. Uji Instrument	27
1. Uji Validitas	27
2. Uji Reliabilitas	27
G. Asumsi Klasik.....	27
1. Uji Normalitas	28
2. Uji Multikolonieritas	28
3. Uji Autokolerasi	28
4. Uji Heteroskedastisitas.....	28
H. Uji Kelayakan Model.....	29
1. Uji Koefisien Determinasi	29
2. Uji F	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Hasil Penelitian	31
1. Deskripsi Data Penelitian	31
2. Sejarah Singkat Perusahaan Garnier.....	31
3. Misi Perusahaan Analisis Deskripsi.....	32
4. Analisis Deskripsi Responden	32
5. Analisis Deskriptif.....	37
6. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	41
B. Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sabun Pembersih Muka.....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Skala Interval.....	23
Tabel 3.2 Definisi Operasional	24
Tabel 4.1 Hasil Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2 Hasil Distribusi Frekuensi Usia.....	34
Tabel 4.3 Hasil Distribusi Frekuensi Jenis Pekerjaan.....	35
Tabel 4.4 Hasil Distribusi Frekuensi Jenis Pendapatan.....	36
Tabel 4.5 Hasil Distribusi Frekuensi Jenis Pernah Melakukan Pembelian Produk.....	37
Tabel 4.6 Instrument Skala Likert.....	38
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X_1).....	39
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X_2).....	39
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Brand Ambassador (X_3).....	39
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	40
Tabel 4.11 Uji Validitas Pengaruh Kualitas Produk (X_1).....	41
Tabel 4.12 Uji Validitas Pengaruh Persepsi Harga (X_2).....	42
Tabel 4.13 Uji Validitas Pengaruh Brand Ambassador (X_3).....	43
Tabel 4.14 Uji Validitas Pengaruh Keputusan Pembelian (Y).....	43
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Variabel Pengaruh Kualitas Produk (X_1), Persepsi Harga (X_2), dan Brand Ambassador (X_3) terhadap Keputusan Pembelian Produk (Y).....	45
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas.....	46
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas.....	47
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48
Tabel 4.19 Hasil Uji Autokorelasi.....	48
Tabel 4.20 Hasil Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.21 Hasil Uji Simultan.....	50
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinasi.....	51
Tabel 4.23 Hasil Uji Parsial.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis.....	9
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	36
Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian Produk Granier.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Responden
- Lampiran 2 Tabulasi
- Lampiran 3 Hasil Output penelitian (SPSS 23)
- Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5 Analisis Liner Berganda
- Lampiran 6 Hasil uji Kelayakan Model
- Lampiran 7 Surat Konsultasi Bimbingan
- Lampiran 8 Turnitin



