

**ANALISIS PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* DAN *BEAUTY*
VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA KOSMETIK NATURE REPUBLIC**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



REZA OKTARI

1151001035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

ANALISIS PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* DAN *BEAUTY VLOGGER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KOSMETIK NATURE REPUBLIC

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



REZA OKTARI

1151001035


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Reza Oktari

NIM : 1151001035

Tanda Tangan : 
REZA OKTARI

Tanggal : 19 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Reza Oktari
NIM : 1151001035
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : ANALISIS PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* DAN
BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA KOSMETIK
NATURE REPUBLIC

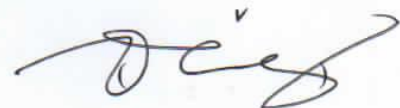
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Sagaff Shihab, S.E.,
M.Sc., MBA., Ph.D



Penguji I : Holila Hatta, S. Pd., M.M.



Penguji II : Bambang Purwoko Kusumo Bintoro, Ir.,
MBA,Dr.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* DAN *BEAUTY VLOGGER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KOSMETIK *NATURE REPUBLIC*”. Tugas Akhir ini diajukan guna melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie.

Selesainya penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:


1. Bapak Muchsin Sagaff Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan sabar dalam membimbing dan memberikan koreksi yang bermanfaat selama penyusunan dan penyempurnaan Tugas Akhir ini;
2. Ibu Holila Hatta, S.Pd, MM. selaku dosen penguji yang telah memeberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan Tugas Akhir ini;
3. Bapak Bambang Purwoko Kusumo Bintoro, Ir., MBA, Dr. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan Tugas Akhir ini;
4. Orang tua tercinta, Bapak Yuli Hendri dan Ibu Lenni Marlina yang selalu mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan penuh semangat;
5. Adik-adik tercinta, Rafki Hendrian, Zulhijjah, Razelligh Mahatdir, M.Abror, Annisa Nur Inayah dan M.Alghazali yang selalu menjadi penyemangat penulis supaya menjadi contoh dimasa depan;
6. Sahabat dan orang terdekat Elsa Violeta Niq, Ulzana Zeizi, Ariq Manda Putra dan Hilmi Pratama yang selalu menghibur disaat penat, dan selalu memberikan semangat dan doa;

7. Sahabat seperjuangan Sakinah dan Pardamean yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini;
8. Teman-teman seperjuangan, Luchia Pri Utami, Novilia Anzani, Nurul Fadhila, yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini;
9. Seluruh rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie angkatan 2015 khususnya Prodi Manajemen yang saling memberikan dukungan, motivasi dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini;
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner yang disediakan oleh peneliti.

Hanya do'a yang dapat penulis panjatkan semoga ALLAH SWT membalas semua kebaikan Bapak/Ibu/Saudara/i dan teman-teman sekalian. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Jakarta, Juli 2019

Peneliti,



Reza Oktari

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reza Oktari
NIM : 1151001035
Program Studi : Manajemen
Fakultas : ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul:

ANALISIS PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* DAN *BEAUTY VLOGGER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KOSMETIK NATURE REPUBLIC

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Agustus 2019

Yang menyatakan



Reza Oktari

ANALISIS PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* DAN *BEAUTY VLOGGER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KOSMETIK *NATURE REPUBLIC*

Reza Oktari¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Country of Origin* dan *Beauty Vlogger* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Industri kecantikan yaitu produk *Nature Republic*. Penelitian ini mengambil sampel 100 orang yang mengetahui dan pernah memakai produk *Nature Republic* yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisinoer yang berbasis *online* yaitu *Google Form* dan menggunakan skala rating untuk mengukur jawaban responden yang sudah diuji validitas dan reliabilitas. Metode yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji parsial (t), uji simultan (f) dan determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara *variable Country of Origin* dan *Beauty Vlogger* terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Nature Republic*. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa *country of origin dan beauty vlogger* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk *Nature Republic*. Variabel *country of origin dan beauty vlogger* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk *Nature Republic*. Variabel *country of origin* adalah variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk *Nature Republic*.

Kata Kunci: *Country of Origin, Beauty Vlogger, Keputusan Pembelian*

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie, Jakarta

***EFFECT COUNTRY OF ORIGIN AND BEAUTY VLOGGER ON
CONSUMER PURCHASE DECISION ON THE COSMETIC OF
NATURE REPUBLIC***

Reza Oktari

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of country of origin and beauty vlogger on consumer purchasing decisions of Nature Republic in the beauty Industry. This study took a sample of 100 people who knew and had used Nature Republic products as respondents in this study. Data was collected by using an online a questionnaire, namely Google Form and using a rating scale to measure respondents' answer that had been tested for validity and reliability. The method used is validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression test, partial test (t), simultaneous test (f) and determination (R^2). The result of this study indicate a relationship between variabels country of origin and beauty vlogger on consumer purchasing decisions on product Nature Republic. The conclusion of the study shows that the country of origin and beauty vlogger partially influences the Nature Republic's consumer purchasing decisions. Country of origin and beauty vlogger variables simultaneously influence the purchasing decisions of Nature Republic product consumers. Country of Origin variable is the most dominant variable in influencing consumer purchasing decision on product Nature Republic

Key word: Country of Origin, Beauty Vlogger, Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
2.1 Keputusan Pembelian	9
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian	10
2.2 Country of Origin	10
2.2.1 Pengertian Country of Origin.....	10
2.2.2 Dimensi Country of Origin	11
2.3 Beauty Vlogger.....	12
2.3.1 Pengertian <i>Beauty Vlogger</i>	12
2.3.2 Dimensi <i>Beauty Vlogger</i>	13
2.4 Kerangka Penelitian	14
2.5 Hipotesis Penelitian	15
2.6 Penelitian Terdahulu.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Objek Penelitian	17
3.2 Populasi dan Sampel	17
3.2.1 Populasi.....	17

3.2.2	Sampel.....	17
3.2.2.1	Teknik Pengambilan Sampel.....	17
3.3	Sumber Data	18
3.4	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	18
3.4.1	Variabel Penelitian	18
3.4.2	Definisi Operasional Variabel.....	19
3.5	Metode Pengumpulan Data	20
3.6	Alat Analisis yang Digunakan.....	21
3.6.1	Uji Validitas	21
3.6.2	Uji Reliabilitas	22
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	22
3.6.3.1	Uji Normalitas	22
3.6.3.2	Uji Heteroskedastisitas	23
3.6.3.3	Uji Multikolinearitas	23
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	24
3.6.5	Analisis Koefisien Determinasi	24
3.6.6	Uji t (Parsial).....	25
3.6.7	Uji F (Simultan)	26
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		27
4.1	Analisis Karakteristik Responden.....	27
4.2	Pre-Test Kuesioner	28
4.3	Analisis Statistik.....	29
4.3.1	Uji Validitas	29
4.3.2	Uji Reliabilitas	30
4.4	Uji Asumsi Klasik	31
4.4.1	Uji Normalitas.....	31
4.4.2	Uji Multikolinearitas	31
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	32
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
4.5.1	Analisis Determinasi (Adjusted R^2).....	34
4.6	Hasil Uji Hipotesis	35
4.6.1	Uji t (Parsial).....	35
4.6.2	Uji F (Simultan)	38
4.7	Pembahasan	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		42
5.1	Kesimpulan.....	42

5.2	Saran.....	42
	DAFTAR PUSTAKA.....	44
	LAMPIRAN.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Youtube di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Produk Nature Republic	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	14

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survey memilih produk Nature Republic.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	15
Tabel 3. 1 Format responden	18
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	19
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	27
Tabel 4. 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Country of Origin, Beauty Vlogger, dan Keputusan Pembelian.....	28
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	29
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas	31
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	33
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Determinasi	34
Tabel 4. 8 Hasil Uji F.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	47
Lampiran 2 Hasil Uji SPSS.....	52
Lampiran 3 Hasil Jawaban Kuesisioner Responden.....	59