

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA KOSMETIK MAYBELLINE NEW YORK**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**ULZANA ZEIZI**

**1151001056**

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

**2019**

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA KOSMETIK MAYBELLINE NEW YORK**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**ULZANA ZEIZI**

**1151001056**

**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 : Ulzana Zeizi**

**NIM : 1151001056**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : 14 Agustus 2019**

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

---

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ulzana Zeizi  
NIM : 1151001056  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Tugas Akhir : ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA KOSMETIK MAYBELLINE  
NEW YORK

**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

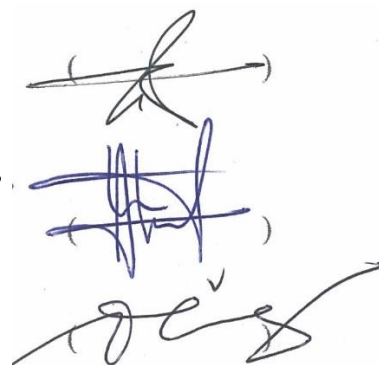
Pembimbing : Anon Kuswardono, S.E., MBA.

Penguji I : Arief B. Suharko, B.S.E.E., M.S.E.E.,  
Ph.D., CPIM.

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

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 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 “ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOSMETIK MAYBELLINE NEW YORK”. 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 Anon Kuswardono, S.E, MBA 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. Bapak Arief B. Suharko, B.S.E.E., M.S.E.E., Ph.D., CPIM. selaku dosen pembahas proposal dan dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan Tugas Akhir ini;
3. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan Tugas Akhir ini;
4. Orang tua tercinta, Bapak Anismar dan Ibu Yusmaniwarti yang selalu mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan penuh semangat;
5. Kakak tersayang, Hengki Usman, Arisnal, dan Robi Septiawan yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini;
6. Sahabat dan orang terdekat Yogi Aldino, Elsa Violeta, Reza Oktari, Ariq Manda Putra, Hilmi Fadillah dan Rizky Amanda yang selalu menghibur disaat lelah dan selalu memberikan semangat dan doa;

7. Teman-teman seperjuangan Tika Zahra, Siti Nur Aisyah, Divya Koemala, Yori Meko, Amelya Bunga, dan Annisa Aulia yang telah memberikan semangat dan selalu berbagi saran dan motivasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini;
8. Santika Humaira, Muhammad Fauzan, Rajif Jailani, Zdawil Fikri, Fahrul Ramadhan dan Ega Budimansyah yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini;
9. Seluruh rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie angkatan 2015 yang saling memberikan dukungan, motivasi dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini;
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang disediakan oleh penulis.

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

Jakarta, Juli 2019

Penulis,



**Ulzana Zeizi**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Ulzana Zeizi  
NIM : 1151001056  
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 *BRAND AMBASSADOR* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOSMETIK MAYBELLINE NEW YORK**

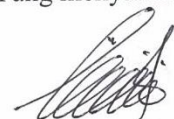
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Agustus 2019

Yang menyatakan



Ulzana Zeizi

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
KOSMETIK MAYBELLINE NEW YORK**

Ulzana Zeizi<sup>1</sup>

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada kosmetik Maybelline New York di daerah sekitaran Jakarta Selatan. Penelitian ini mengambil sampel 128 orang yang mengetahui dan menggunakan kosmetik Maybelline New York di daerah sekitaran Jakarta Selatan yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan menggunakan skala *rating* untuk mengukur jawaban responden yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Metode yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F) dan determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan ada hubungan antara variabel *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada kosmetik Maybelline New York. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa variabel *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Maybelline New York. Variabel *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Maybelline New York. Variabel Kualitas Produk adalah variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan Pembelian pada Kosmetik Maybelline New York.

Kata kunci: *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie



***EFFECT OF BRAND AMBASSADOR AND PRODUCT QUALITY  
TOWARD PURCHASING DECISION IN MAYBELLINE NEW  
YORK COSMETICS***

Ulzana Zeizi<sup>2</sup>

---

***ABSTRACT***

*The purpose of this study was to analyze the effect of brand ambassador and product quality to purchasing decision in Maybelline New York cosmetics around the south Jakarta. This study took a sample of 128 people who knew and used Maybelline New York cosmetics in the area around South Jakarta that were used as respondents in this study. Data is collected using a questionnaire and uses a rating scale to measure respondents' answer that have been tested for validity and reliability. The methods used are validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression, partial test (T test), simultaneous test (F test) and determination ( $R^2$ ).*

*The results of this study showed there is a relationship between the variable brand ambassador and product quality on Maybelline New York cosmetics purchasing decisions. the conclusion of the study shows that the brand ambassador and product quality variables partially effect the purchasing decision in Maybelline New York cosmetics. Brand ambassador variables and product quality simultaneously influence the purchasing decision in Maybelline New York cosmetics. Product quality variables is the most dominant variable in influencing purchasing decisions in Maybelline New York cosmetics.*

*Key words: Brand Ambassador, Product Quality, Purchase Decision*

---

<sup>2</sup> Student of Management Study Program at Bakrie University

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	7
1.3    Tujuan Penelitian.....	8
1.4    Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1    Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2    Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>10</b>
2.1    Industri Kosmetik .....	10
2.2    Sejarah Maybelline New York .....	10
2.3    Keputusan Pembelian .....	12
2.3.1    Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.3.2    Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	13
2.3.3    Tahapan Proses Keputusan Pembelian .....	15
2.3.4    Indikator Keputusan Pembelian .....	18
2.4    Brand Ambassador .....	19
2.4.1    Pengertian Brand Ambassador .....	19
2.4.2    Dimensi Brand Ambassador .....	21
2.4.3    Peranan Brand Ambassador .....	23
2.4.4    Manfaat Brand Ambassador.....	24
2.5    Kualitas Produk .....	25

2.5.1	Produk .....	25
2.5.2	Tingkatan Produk .....	26
2.5.3	Kualitas Produk .....	27
2.5.3.1	Pengertian Kualitas Produk .....	27
2.5.3.2	Indikator Kualitas Produk .....	27
2.6	Kerangka Penelitian .....	29
2.7	Hipotesis Penelitian .....	30
2.8	Penelitian Sejenis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>34</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	34
3.2	Objek Penelitian .....	34
3.3	Populasi dan Sampel .....	34
3.3.1	Populasi .....	34
3.3.2	Sampel .....	34
3.4	Sumber Data .....	35
3.5	Variabel Penelitian .....	36
3.5.1	Variabel Penelitian .....	36
3.5.2	Definisi Operasional Variabel .....	37
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	40
3.7	Alat Analisis yang Digunakan .....	40
3.7.1	Uji Validitas .....	40
3.7.2	Uji Realibilitas .....	41
3.7.3	Uji Asumsi Klasik .....	41
3.7.3.1	Uji Normalitas .....	42
3.7.3.2	Uji Multikolinearitas .....	42
3.7.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	43
3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	44
3.7.5	Analisis Koefisien Determinasi .....	45
3.7.6	Uji t (Parsial) .....	45
3.7.7	Uji F (Simultan) .....	46
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>47</b>
4.1	Pre-Test Kuesioner .....	47
4.2	Analisis Karakteristik Responden .....	49
4.3	Analisis Statistik .....	51
4.3.1	Uji Validitas .....	51
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	53

4.4	Uji Asumsi Klasik .....	55
4.4.1	Uji Normalitas .....	55
4.4.2	Uji Multikolinearitas .....	56
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	57
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda .....	58
4.5.1	Analisis Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) .....	59
4.6	Hasil Uji Hipotesis .....	60
4.6.1	Uji t (Parsial) .....	60
4.6.2	Uji F (Simultan) .....	61
4.7	Pembahasan .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>65</b>
5.1	Kesimpulan .....	65
5.2	Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>67</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>70</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Kosmetik di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Data Penjualan Kosmetik Indonesia .....	3
Gambar 1.3 Merek Kosmetik yang Beredar di Indonesia.....	4
Gambar 1.4 Top Brand Index Kategori.....	5
Gambar 2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	13
Gambar 2.2 Proses pengambilan keputusan pembelian.....	16
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	55
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	57

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Sejenis .....	30
Tabel 3.1 Indikator Variabel .....	37
Tabel 4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Brand Ambassador .....	47
Tabel 4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk .....	48
Tabel 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden .....	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Brand Ambassador .....	51
Tabel 4.6 Uji Validitas Kualitas Produk (128 Responden).....	52
Tabel 4.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian (128 Responden).....	53
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Brand Ambassador (128 Responden) .....	54
Tabel 4.9 Uji Realibilitas Kualitas Produk (128 Responden) .....	54
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (128 Responden).....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.12 Hasil Analisis Linier Berganda .....	58
Tabel 4.13 Hasil Analisis Determinasi .....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji t .....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji F .....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2 Hasil Uji SPSS.....	77
Lampiran 3 Hasil Jawaban Kuesioner Responden.....	86