

**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE INTANTION
(MINAT BELI) KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Peminat Brand Kosmetik “Focallure” di kalangan Mahasiswi)

Tugas Akhir

Diajukan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

Indira Prakasa

(1161001129)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Indira Prakasa

NIM : 1161001129

Tanda Tangan :



Tanggal : 24 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Indira Prakasa

NIM : 1161001129

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image terhadap Purchase Intantion (Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Peminat Brand Kosmetik "Focallure" di kalangan Mahasiswi)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan 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 : Dr. Muhamad Amin S.T., M.M.S.I.



Penguji 1 : M.Th. Anitawati Ir., MS., M.Sc.



Penguji 2 : Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 Agustus 2020

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa atas berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian **"PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE INTENTION (MINAT BELI) KONSUMEN** (Studi Kasus Pada Peminat Brand Kosmetik "Focallure" di kalangan Mahasiswi)". Dalam penyusunan makalah ini, tentu tidak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ucapkan rasa hormat dan rasa terimakasih kepada seluruh pihak yang terus membimbing dan mendukung serta memberi semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan makalah ini. Pihak-pihak tersebut diantaranya:

1. Bapak Dr. Muhamad Amin S.T., M.M.S.I. sebagai dosen pembimbing pada penelitian ini yang telah meluangkan waktu serta memberi bimbingan dan arahan kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir tepat pada waktunya.
2. Orang tua penulis yaitu Ibu Enok Suadah dan Bapak Omo Suwarno yang sabar mengurus penulis hingga dapat menyelesaikan pendidikan dan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen.
3. Kedua kakak yang selalu mensuport penulis dalam kegiatan perkuliahan dan dalam tugas akhir ini.
4. Ibu M.Th. Anitawati Ir., MS., M.Sc. sebagai pembahas sekaligus pembimbing kedua bagi penulis yang meluangkan waktunya untuk memberi arahan dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Ibu Dominica A. Widayastuti, S.E., M.M selaku penguji pada sidang tugas akhir penulis yang meluangkan waktunya untuk memberikan masukan untuk hasil revisi pada tugas akhir yang telah penulis kerjakan.
6. Himpunan Mahasiswa Manajemen Universitas Bakrie angkatan 2017/2018 yang sudah memberikan penulis dan memberikan pengalaman berorganisasi yang berharga.

7. Salsa Nabila teman seperjuangan, seperbimbingan, senasib dan tempat berkeluh kesah yang telah benar-benar membantu, menemani, dan menyemangati sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini
8. Reza Prambudi sebagai problem solving bagi penulis ketika mengalami kesulitan pada saat terdapat masalah dalam penulisan tugas akhir ini.
9. Fadhillatul Husna dan Roby Agung yang telah memberikan support bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Untuk teman-teman Dapio (Dini, Acih “Purwasih”, Piti “Fitri”, dan Oki) yang menyemangati penulis sehingga penulis tetap semangat menjalani penelitian ini.
11. Untuk “Support System” yang selalu mendukung penulis dalam melakukan penelitian sebagai tempat keluh kesah dan memberikan saran bagi penulis. Serta memberikan semangat untuk terus berusaha dan tidak mudah menyerah.
12. Pihak-pihak lainnya yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan support dan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Karena kebaikan semua pihak yang diatas penulis dapat menyelesaikan makalah ini. Makalah ini masih jauh dari kata sempurna, namun dengan usaha yang sebaik-baiknya yang penulis lakukan, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya.

Semoga Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas seluruh kebaikan semua pihak yang telah membantu.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Jakarta, 24 Agustus 2020

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indira Prakasa
NIM : 11610011296
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE INTENTION
(MINAT BELI) KONSUMEN (Studi Kasus Pada Peminat Brand Kosmetik
“Focallure” di kalangan Mahasiswa)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media atau meneruskan, 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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Agustus 2020

Yang menyatakan



**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE INTENTION
(MINAT BELI) KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Peminat Brand Kosmetik “Focallure” di kalangan Mahasiswi)

INDIRA PRAKASA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen” dengan subjek penelitian peminat produk kosmetik “Focallure” di kalangan mahasiswi. Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan berbagai Universitas dengan tujuan utama penelitian adalah peminat Focallure khususnya pada kalangan mahasiswi. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel adalah 103 responden. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana yang telah dilakukan didapatkan bahwa Brand Image berpengaruh 59,8% terhadap minat beli konsumen brand kosmetik khususnya peminat “Focallure” di kalangan Mahasiswi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Brand Image (X) terhadap Minat Beli Konsumen (Y).

Kata kunci: Brand Image, dan Minat beli Konsumen

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON PURCHASE INTENTION OF CUSTOMERS

(Case Study on “Focallure” Cosmetics Brand Enthusiast among College Students)

ABSTRACT

This study aims to determine "The Influence of Brand Image on Consumer Purchase Intention" with the research subject of cosmetic product enthusiasts "Focallure" among female students. This research was conducted in various universities with the main objective of research being Focallure enthusiasts, especially among female students. The research method used in this research is quantitative research with a sample size of 103 respondents. Based on the results of the simple linear regression test that has been conducted, it was found that Brand Image has an effect on 59.8% of consumer buying demand for cosmetic brands, especially "Focallure" enthusiasts among female students.

The conclusion of this study is that there is a positive and significant influence between the variable Brand Image (X) on Consumer Purchase Interest (Y).

Keywords: *Brand Image, and Consumer Purchase Intentio*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	I
HALAMAN PENGESAHAN	II
KATA PENGANTAR.....	III
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	V
ABSTRAK	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR LAMPIRAN.....	XII
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	9
I.3 Tujuan Penelitian	9
I.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA	11
II.1 Landasan Teori.....	11
II.2 Penelitian Terdahulu	17
II.3 Kerangka Pemikiran	43
II.4 Hipotesis	43
BAB III.....	44
METODE PENELITIAN	44

III.1	Jenis Penelitian.....	44
III.2	Populasi dan Sampel	44
III.3	Sumber Data	45
III.4	Variabel Penelitian	47
III.5	Operasional Variabel.....	47
III.6	Alat Analisis yang Digunakan	54
BAB IV		59
	Analisis Data dan Pembahasan	59
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian	59
IV.2	Deskripsi Responden.....	61
IV.3	Hasil Penelitian	62
IV.4	Analisis Deskriptif	62
IV.5	Pembahasan Hasil Penelitian	68
IV.6	Implikasi Manajerial	69
BAB V		70
	PENUTUP	70
V.1	Kesimpulan.....	70
V.2	Saran.....	70
V.3	Keterbatasan penelitian	71
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN		77
	LAMPIRAN 1 Pembuka Kuisioner	77
	LAMPIRAN 2 Pengenalan Produk	78
	LAMPIRAN 3 Pernyataan Kuisioner.....	78
	LAMPIRAN 4 Tampilan Kuisioner Online	80

DAFTAR TABEL

Table 1 : Daftar Beauty Vlogger yang mereview Focallure	5
Table 2 : Penelitian Terdahulu	20
Table 3.1: Operasional Variabel	
Tabel 4. 1: Tabel Uji Valid.....	63
Tabel 4. 2: Kesimpulan Validitas Var. X	64
Tabel 4. 3: Tabel Uji Validitas Var. Y	54
Tabel 4. 4: Kesimpulan Validitas Minat Beli Y	55
Tabel 4. 5: Tabel Uji Reliabilitas Var. X	56
Tabel 4. 6: Tabel Uji Reliabel Var. Y	56
Tabel 4. 7: tabel Normalitas	57
Tabel 4. 8: Tabel Uji R.....	58
Tabel 4. 9: Tabel Coefficients Regresi	59
Tabel 4. 10: Tabel Uji t	60
Tabel 4. 11: Tabel Koefisien Korelasi	61
Tabel 4. 12: Deskriptif dimensi Strength of Brand Association (X)	62
Tabel 4. 13: Deskriptif dimensi Favorability of Brand Association (X)	63
Tabel 4. 14: dimensi Uniqueness of Brand Association	63
Tabel 4. 15: dimensi Brand Awareness	64
Tabel 4. 16: dimensi Brand knowladge	65
Tabel 4. 17: dimensi Uniqueness of Brand Association	65
Tabel 4. 18: dimensi Preferences.....	66
Tabel 4. 19: dimensi Conviction.....	66
Tabel 4. 20: dimensi Intention to Purchase	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Data Dominasi Generasi Milenial Menonton Video Digital.....	2
Gambar 1.2 : Screencapture tampilan Kanal Youtube Beauty Vlogger Tasya Farasya	5
Gambar 1.3: Screencapture tampilan Kanal Youtube Beauty Vlogger Rachel Godard.....	5
Gambar 1.4 : Screencapture tampilan Kanal Youtube Beauty Vlogger IniVindy ..	6
Gambar 1.5 : Screencapture tampilan Kanal Youtube Beauty Vlogger Devienna Makeup.....	6
Gambar 1. 6 : Screencapture tampilan Kanal Youtube Beauty Vlogger Andreas Lukita	6
Gambar 2 : Kerangka Pemikiran	43

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Pembuka Kuisioner	77
LAMPIRAN 2 Pengenalan Produk.....	78
LAMPIRAN 3 Pernyataan Kuisioner	78
LAMPIRAN 4 Tampilan Kuisioner Online	80