

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN FOCALLURE DI LINGKUP
SENIMAN TARI DI JAKARTA TIMUR**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen



ALDHEA VENANDA OKTAVIANI

1161001117


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2023**

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 : Aldhea Venanda Oktaviani

NIM : 1161001117

Tanda Tangan : 

Tanggal : 04 Agustus 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aldhea Venanda Oktaviani
NIM : 1161001117
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Focallure di Lingkup Seniman Tari di Jakarta Timur

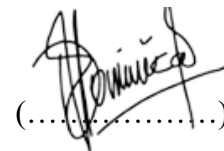
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana S1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

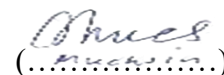
Pembimbing : Deddy Herdiansjah, M.Sc., MBA, Ph.D.


(.....)

Penguji 1 : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM.


(.....)

Penguji 2 : Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D.


(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2023

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Ir. Deddy Herdiansjah, M.Sc., MBA, Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 2) Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE., MM selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan masukan dan arahan untuk penyusunan skripsi;
- 3) Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D. selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan masukan dan arahan untuk penyusunan skripsi;
- 4) Brand Focallure produk kosmetik yang telah hadir di Indonesia dengan harga yang murah dan kualitas yang bagus sehingga penulis dapat menggunakan Brand Focallure sebagai bahan penelitian;
- 5) Seniman Tari di Jakarta Timur yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- 6) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral;
- 7) Muhammad Agung Pratama sebagai suami penulis yang telah memberikan dukungan secara material dan moral;
- 8) Aleeya Kiva Jennaira sebagai anak penulis yang telah menjadi penyemangat untuk menyelesaikan skripsi ini;
- 9) Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 04 Agustus 2023



Aldhea Venanda Oktaviani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Aldhea Venanda Oktaviani

NIM : 1161001117

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : S1

demikian 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* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Focallure di Lingkup Seniman Tari di Jakarta Timur

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 04 Agustus 2023

Yang menyatakan



(Aldhea Venanda Oktaviani)

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN FOCALLURE DI LINGKUP SENIMAN TARI DI JAKARTA
TIMUR**

Aldhea Venanda Oktaviani

ABSTRAK

Berdasarkan data Kementerian Perindustrian industri kosmetik nasional mencatat kenaikan pertumbuhan mencapai 20% atau empat kali lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017. Ada beberapa produk-produk kosmetik internasional yang sudah diterima oleh pencinta kosmetik Indonesia yang memberikan kualitas dengan harga yang terjangkau. Salah satunya adalah *brand* Focallure. Salah satu hal terpenting dalam pertunjukan untuk seniman tari adalah tata rias wajah. Oleh karena itu, dengan adanya produk Focallure ini sangat membantu para seniman tari di Jakarta Timur untuk melukis wajah sesuai dengan kebutuhannya. Peneliti ingin membuktikan kepada seluruh masyarakat bahwa dalam memilih produk kecantikan dapat diambil dari pengaruh *brand image* yang diberikan serta promosi yang bertujuan menghasilkan keputusan pembelian produk Focallure di lingkup seniman tari di Jakarta Timur. Metode penelitian yang digunakan yakni metode kuantitatif deskriptif. Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen pengguna produk Focallure di Lingkup Seniman Tari di Jakarta Timur. Pemilihan sampel penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga responden pada penelitian ini sebanyak 72 responden. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *brand image* dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Focallure.

Kata kunci: *Brand Image*, Promosi, Keputusan Pembelian, Focallure, Jakarta Timur

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Pemasaran.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	14
2.2 <i>Brand Image</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	15
2.2.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	16
2.2.3 Indikator Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	18
2.3 Promosi.....	19
2.3.1 Pengertian Promosi	19
2.3.2 Dimensi Promosi.....	20
2.3.3 Indikator Promosi	21
2.4 Keputusan Pembelian	22
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	22

2.4.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	23
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	26
2.5 Penelitian Terdahulu.....	27
2.6 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis.....	30
2.6.1 Hubungan Antara <i>Brand Image</i> dan <i>Keputusan Pembelian</i>	30
2.6.2 Hubungan Antara Promosi dan Keputusan Pembelian.....	30
2.7 Kerangka Pemikiran	31
2.8 Hipotesis.....	32
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Metode Penelitian.....	33
3.2 Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel	34
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.3 Desain Kuesioner	35
3.4 Metode Analisis Data	40
3.4.1 Uji Validitas.....	40
3.4.2 Uji Reliabilitas	40
3.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.4.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	42
3.4.5 Uji Parsial / Uji T.....	43
3.4.6 Uji Simultan / Uji F	43
3.4.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	43
3.4.8 Uji Hasil Estimasi Data.....	43
3.5 Model Persamaan Penelitian	44
BAB 4 HASIL PENELITIAN	45
4.1 Gambaran Umum Produk Focallure.....	45
4.2 Data Responden.....	46
4.3 Hasil Uji Validitas	48
4.4 Hasil Uji Reliabilitas	50

4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	51
4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.6.1 Hasil Uji Parsial / Uji T	55
4.6.2 Hasil Uji Simultan / Uji F.....	57
4.6.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.7 Pembahasan	58
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.1. Desain Kuesioner	35
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas.....	52
Gambar 4.2. Hasil <i>Scatterplot</i>	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1 Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Proporsi Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Proporsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.6 Hasil Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji T.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	68
Lampiran 2. Uji Validitas.....	75
Lampiran 3. Uji Reliabilitas.....	79
Lampiran 4. Uji Normalitas.....	80
Lampiran 5. UjiI Moltikolinieritas.....	80
Lampiran 6. Uji Heterokedastisitas.....	81