

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KOSMETIK MAYBELLINE**

**S K R I P S I**

**Diajukan guna memenuhi persyaratan  
untuk memperoleh derajat Sarjana  
Program Studi Manajemen**



**Anggista Nur Vitasari**

**No. Mhs. 111901439**

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YKPN**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK  
MAYBELLINE

Diajukan Oleh :

Anggista Nur Vitasari

No. Mhs. 111901439

Yogyakarta, 18 Agustus 2023

Telah Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing



Retno Hartati, Dra., M.B.A.

**LEMBAR PENGESAHAN**

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK  
MAYBELLINE

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Program  
Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal, 18 Agustus 2023

Yang terdiri atas :

Ketua

Anggota



Sri Rejeki Ekasasi, Dra., M.B.A.



Retno Hartati, Dra., M.B.A.

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline”** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 7 Agustus 2023 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sungguh bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat secara keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang diambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat dan pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau bahwa keseluruhan tulisan saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulislainnya.

Apabila saya melakukan hal diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan dapat menarik skripsi yang saya ajukan sebagai tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 18 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Anggista Nur Vitasari

Saksi 1, Sebagai pembimbing skripsi dan merangkap sebagai anggota penguji:

Retno Hartati, Dra., M.B.A.

Saksi 2, Sebagai ketua dosen penguji skripsi

Sri Rejeki Ekasasi, Dra., M.B.A

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Selaga puji penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Terima kasih penulis ucapkan atas doa, dukungan dan motivasi dari semua pihak yang telah ikut serta dalam penyelesaian penyusunan Skripsi. Oleh karena itu karya ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua, Bapak Djanuari Suharyanto dan Ibu Ratri Arining Sumirat, dan adik saya, Laras Dwi Mulatsih.
2. Sahabat seperjuangan Amila Martiana, Sekar Letha, Cindy Prihatini, Isna Yuan Inday Sherly, Laila Isna, dan Karinda Sembiring.
3. Sahabat dekat Suci Sinaga, Sella Kurniawan, Pitaloka Marpaung, Cesia Angelia, Agnes Jessica, Dhini Ambarwati, Clara Andini, dan Syafa Kayla.
4. Keluarga besar Fema yang selalu memberikan semangat.
5. Gallerykhi Art Ma'aarij yang selalu support dan memberikan motivasi.

**MOTTO**

“Allah SWT tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan kemampuannya.”

(Q.S Al-Baqarah:286)”

*“Don’t live your life based on other people’s expectations. Listen to the person who knows you best. You.”*

(Michael Faudet)

*“You have to tell people what you feel when you feel it,”*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Penelitian dan Penulisan Skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MAYBELLINE”** dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan. Kegiatan ini dilakukan untuk memenuhi salah satu persyaratan yang diperlukan dalam menyelesaikan program Studi Manajemen Strata 1 Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.

Dalam keberhasilan penulisan Skripsi ini, tidak lepas dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Djanuari Suharyanto dan Ibu Ratri Arining Sumirat, serta Adik Laras Dwi Mulatsih yang penulis sayangi. memberikan dukungan, motivasi dan doa yang terbaik sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Dra. Retno Hartati, M.B.A selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan saran dan arahan, serta meluangkan waktu dan memberikan dukungan kepada penulis.
3. Bapak Dr. Suparmono M.Si selaku ketua STIM YKPN Yogyakarta.

4. Sahabat seperjuangan Amila Martiana, Sekar Letha, Cindy Prihatini, Isna Yuan, Inday Sherly, Laila Isna, dan Karinda Sembiring yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat dekat Suci Sinaga, Sella Kurniawan, Pitaloka Marpaung, Cesya Angelia, dan Agnes Jesica, Dhini Ambarwati, Clara Andini, Syafa Kayla yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
6. Seluruh keluarga besar Fema yang menyemangati penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Gallerykhi Art Ma'aarij yang selalu sabar mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
8. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, yang telah memberikan doa, dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari penyusunan Skripsi jauh dari kata sempurna karena kekurangan penulis. Akan tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi pihak yang membutuhkan. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 2023



Anggista Nur Vitasari



## ABSTRAK

Pada Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sampel penelitian ini yaitu perempuan berusia diatas 17 tahun yang pernah membeli dan menggunakan Kosmetik Maybelline di Yogyakarta. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan penyebaran kuesioner. Jumlah Sampel sebanyak 105 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan model *Non-probability sampling*. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu *Purposive Sampling*. Uji yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji goodness of fit, uji regresi linear berganda, uji t, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand ambassador, brand image, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (adjusted R<sup>2</sup>) menunjukkan hasil 0,715 (71,5%). Artinya bahwa variabel brand ambassador, brand image, dan kualitas produk memberi pengaruh sebesar 71,5% terhadap variabel keputusan pembelian, sedangkan sisanya yaitu 28,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** *Brand Ambassador*, *Brand Image*, **Kualitas Produk**, dan **Keputusan Pembelian**.

## **ABSTACK**

*This study aims to analyze the influence of Brand Ambassador, Brand Image, and Product Quality on Maybelline Cosmetics Purchasing Decisions. The method used in this research is a quantitative method. The sample of this research is women aged over 17 years who have bought and used Maybelline Cosmetics in Yogyakarta. The data collection technique is using questionnaires. The number of samples is 105 respondents. The sampling technique is using the Non-probability sampling model. The sample selection technique in this study is purposive sampling. The tests used to analyze the data in this study were validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, compatibility test, multiple linear regression test, t test, and the coefficient of determination test. The results of the study show that brand ambassadors, brand image, and product quality have a significant effect on purchasing decisions. Based on the test results of the coefficient of determination (adjusted R<sup>2</sup>) showed a result of 0.715 (71.5%). This means that the variables brand ambassador, brand image, and product quality have an influence of 71.5% on the purchasing decision variable, while the remaining 28.5% is influenced by other variables not included in this study.*

***Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Purchase Decision.***

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTACK.....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I.....	i
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II .....	9
LANDASAN TEORI.....	9
A. <i>Brand Ambassador</i> .....	9
B. <i>Brand Image</i> .....	11
C. Kualitas Produk .....	12
D. Keputusan Pembelian.....	14
E. Penelitian Terdahulu .....	15
F. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian dan Perumusan Hipotesis.....	18
G. Kerangka Pikiran .....	20
BAB III .....	21
METODOLOGI PENELITIAN .....	21
A. Definisi Konsep.....	21

B. Definisi Operasional.....	21
C. Objek dan Subyek Penelitian .....	23
D. Jenis Penelitian .....	23
E. Populasi dan Sampel .....	24
F. Jenis Data dan Sumber Data.....	25
G. Metode Pengumpulan Data .....	26
H. Metode Analisis Data.....	26
BAB IV .....	31
GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....	31
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	31
B. Analisis Data .....	34
C. Pembahasan.....	45
BAB V .....	48
KESIMPULAN DAN SARAN .....	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran .....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN .....	53

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Top Penjualan Produk Kosmetik.....	3
Gambar 1. 3 Maybelline X Gigi Hadid.....	5
Gambar 4. 1 Logo Maybelline .....	33

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden .....	35
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas .....	38
Tabel 4. 4 Uji Normalitas .....	39
Tabel 4. 5 Uji Multikolinearitas .....	40
Tabel 4. 6 Uji Heteroskedastisitas.....	41
Tabel 4. 7 Uji Goodness of Fit .....	43
Tabel 4. 8 Analisis Linier Berganda .....	41
Tabel 4. 9 Uji t .....	44
Tabel 4. 10 Koefisien Determinasi.....	45

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	54
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	60
Lampiran 3 Uji Validitas Brand Ambassador.....	72
Lampiran 4 Uji Reliabilitas Brand Ambassador.....	74
Lampiran 5 Uji Validitas Brand Image.....	74
Lampiran 6 Uji Reliabilitas Brand Image.....	75
Lampiran 7 Uji Validitas Kualitas Produk.....	77
Lampiran 8 Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	80
Lampiran 9 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	81
Lampiran 10 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	83
Lampiran 11 Uji Normalitas.....	83
Lampiran 12 Uji Multikolinieritas.....	84
Lampiran 13 Uji Heteroskedastisitas.....	84
Lampiran 14 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
Lampiran 15 Uji Goodness of Fit.....	85
Lampiran 16 Uji-t.....	85
Lampiran 17 Koefisien Determinasi.....	85