



**PERAN MINAT BELI DALAM MEMEDIASI PENGARUH
BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
*FACE WASH POND'S***

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

ALVI NUR ROKHMAH

41220144

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS PERADABAN
BUMIAYU
2024**



**PERAN MINAT BELI DALAM MEMEDIASI PENGARUH
BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
*FACE WASH POND'S***

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

ALVINUR ROKHMAH

41220144

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS PERADABAN
BUMIAYU
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul PERAN MINAT BELI DALAM MEMEDIASI PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FACE WASH POND'S*

Oleh :

Nama : Alvi Nur Rokhmah
NIM : 41220144
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal 12... bulan Agustus... tahun 2024

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji
Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Mukhroji., S.E., M.M
NIDN. 0621058902

Dosen Penguji 1

Adi Susanto., S.H., S.Pd., M.M
NIDN. 0602028302

Dosen Penguji 2

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIDN. 0622059001

Tanda Tangan


.....

.....

.....

Diterima dan disahkan

Pada tanggal 26 September 2024

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Mukhroji, S.E./M.M
NIPY. 16.02.120

Ketua
Program Studi S1 Manajemen

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIPY. 16.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alvi Nur Rokhmah

NIM : 41220144

Jurusan : S1 Manajemen

Memaparkan dengan jujur, bahwa skripsi ini merupakan karya orisinal saya sepenuhnya, dan tidak ada bagian dari tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai milik saya, kecuali disebutkan secara tertulis dalam naskah ini dan tercantum dalam daftar Pustaka.

Jika kemudian hari nanti terungkap atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat, saya siap menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh berdasarkan skripsi ini.

Paguyangan, 12 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Alvi Nur Rokhmah
NIM. 41220144

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT., karena atas izin dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai pemenuhan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan ini khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis sekaligus dosen pembimbing skripsi saya yang telah mendedikasikan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban sekaligus dosen penguji 2 yang telah memberi arahan dan kontribusi dalam perbaikan penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Adi Susanto., S.H., S.Pd., M.M., selaku dosen penguji 1 dan telah memberikan banyak masukan berharga yang berkontribusi pada perbaikan penyusunan dan penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terima kasih atas pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama menyelesaikan studi ini.

6. Seluruh karyawan dan staff Universitas Peradaban yang telah memberikan jasanya kepada penulis.
7. Bapak Darso dan Ibu Eni selaku orang tua penulis yang tak henti-hentinya memanjatkan doa dan selalu memberikan dukungan baik materi, kasih sayang, motivasi, nasehat dan kesabaran yang takkan tergantikan dengan apapun kepada penulis dalam menyelesaikan studi dan dalam menyelesaikan proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas semua pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis.
8. M. Fajrul Falah selaku adik penulis yang telah memberikan dukungan, do'a dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. Sahabat-sahabatku Dewi, Tantry dan Nisa untuk kesabaran, kebersamaan dan memberikan semangat dan dukungan yang tak henti-hentinya kepada penulis.
10. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen Angkatan 2020. Terima kasih atas kebersamaan dan keceriaan selama penulis menempuh studi di Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
11. Responden yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sebagai bahan dalam penelitian ini.
12. Berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, semoga Allah membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi yang telah disusun ini dapat bermanfaat untuk semua orang, atas kritik dan saran

yang dapat membangun dari berbagai pihak demi terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Paguyangan,..... 2024
Yang membuat pernyataan,

Alvi Nur Rokhmah
NIM. 41220144

ABSTRAK

Salah satu produk perawatan kulit yang membantu memnersihkan wajah dari berbagai jenis kotoran seperti *make-up* dan debu adalah sabun pembersih wajah atau *face wash*. Berdasarkan hasil survei dari top brand index, Pond's adalah salah satu merek sabun cuci muka yang terkenal dan menduduki peringkat pertama dari tahun 2020 hingga 2023. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji bagaimana minat beli memediasi pengaruh brand ambassador, brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian face wash Pond's. penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan menggunakan metode purposive sampling. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 97 responden dan teknik analisis data yang digunakan menggunakan SPSS versi 26. Penelitian ini menunjukkan bahwa minat beli tidak dipengaruhi oleh brand ambassador. Minat beli dipengaruhi secara positif oleh *brand image* dan kualitas produk. Keputusan pembelian tidak dipengaruhi oleh *brand ambassador* dan *brand image*. Keputusan pembelian dipengaruhi secara positif oleh kualitas produk dan minat beli. Minat beli tidak dapat memediasi pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian. Minat beli dapat memediasi pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *brand ambassador*, *brand image*, kualitas produk, minat beli, keputusan pembelian

ABSTRACT

One of the skin care products that help clean the face from various types of dirt such as make-up and dust is facial cleansing soap or face wash. Based on the survey results from the top brand index, Pond's is one of the well-known face wash brands and is ranked first from 2020 to 2023. The purpose of this study was to determine and test how purchase intention mediates the influence of brand ambassadors, brand image and product quality on purchasing decisions for Pond's face wash. this research uses quantitative research methodology. The sample collection technique uses non probability sampling technique using purposive sampling method. The data was collected by distributing questionnaires to 97 respondents and the data analysis technique used was SPSS version 26. This study shows that buying interest is not influenced by brand ambassadors. Purchase intention is positively influenced by brand image and product quality. Purchasing decisions are not influenced by brand ambassadors and brand image. Purchasing decisions are positively influenced by product quality and purchase intention. Purchase interest cannot mediate the influence of brand ambassadors on purchasing decisions. Purchase interest can mediate the effect of brand image and product quality on purchasing decisions.

Keywords: *brand ambassador, brand image, product quality, purchase intention, purchase decisions*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan penelitian.....	12
D. Manfaat penelitian.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	14
A. Telaah Pustaka	14
1. Keputusan pembelian	14
2. Minat Beli.....	18
3. <i>Brand Ambassador</i>	21
4. <i>Brand image</i>	24
5. Kualitas Produk	26
B. Perumusan Model Penelitian	29

1. Penelitian terdahulu	29
2. Perumusan Hipotesis	30
3. Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA	38
A. Metode Penelitian	38
1. Jenis Penelitian	38
2. Lokasi Penelitian	38
3. Waktu Penelitian	38
4. Populasi dan Sampel	38
5. Sumber Data	40
6. Teknik Pengumpulan Data	40
7. Definisi konsep dan Operasional Variabel	41
B. Teknik Analisis Data	43
1. Uji Instrumen	43
2. Analisis Deskriptif	45
3. Uji Asumsi Klasik	47
4. Analisis Regresi Berganda	48
5. Uji Hipotesis	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Objek Penelitian	52
B. Analisis Data dan Pembahasan	57
1. Uji Instrumen	57
2. Analisis Deskriptif	59
3. Uji Asumsi Klasik	67
4. Analisis regresi berganda	71
5. Pembahasan	79

DAFTAR ISI

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	112

DAFTAR ISI

xii

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Top brand index 2020-2023	4
Tabel 2. Kesenjangan Penelitian Variabel <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian	9
Tabel 3. Kesenjangan Penelitian Variabel <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	9
Tabel 4. Kesenjangan Penelitian Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	10
Tabel 5. Operasional Variabel.....	42
Tabel 6. Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 7. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Table 8. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	56
Tabel 9. Hasil Uji Validitas	58
Table 10. Hasil Uji Reliabilitas	59
Table 11. Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 12. Jawaban Responden untuk Variabel Minat Beli	62
Tabel 13. Jawaban Responden untuk Variabel <i>Brand Ambassador</i>	63
Tabel 14. Jawaban Responden untuk Variabel <i>Brand Image</i>	64
Tabel 15. Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Produk.....	65
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Persamaan I ($X_1, X_2, X_3,$ $\rightarrow M$)	67
Tabel 17. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Persamaan II ($X_1, X_2, X_3,$ $M \rightarrow Y$).....	68
Tabel 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan I ($X_1, X_2, X_3 \rightarrow M$).....	69
Tabel 19. Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan II ($X_1, X_2, X_3, M \rightarrow Y$).....	69
Tabel 20. Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan I ($X_1, X_2, X_3 \rightarrow M$)	70
Tabel 21. Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan II ($X_1, X_2, X_3, M \rightarrow Y$)	71
Tabel 22. Hasil regresi linier berganda persamaan 1 ($X_1, X_2, X_3 \rightarrow M$).....	72
Tabel 23. Hasil regresi linier berganda persamaan II ($X_1, X_2, X_3, M \rightarrow Y$).....	73
Tabel 24. Hasil Uji Sobel	76
Tabel 25. Hasil Uji F Persamaan I	77

Tabel 26. Hasil Uji F Persamaan II.....	78
Tabel 27. Hasil Koefisien Determinasi Persamaan I.....	78
Tabel 28. Hasil Koefisien Determinasi Persamaan II	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Grafik perkiraan pendapatan per kapita pasar kecantikan dan perawatan pribadi.....	2
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	36

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	112
Lampiran 2. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y).....	116
Lampiran 3. Tabulasi Data Minat Beli (M).....	118
Lampiran 4. Tabulasi Data <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	120
Lampiran 5. Tabulasi Data <i>Brand Image</i> (X2).....	122
Lampiran 6. Tabulasi Data Kualitas Produk (X3).....	124
Lampiran 7. Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	126
Lampiran 8. Hasil Analisis Deskriptif Minat Beli (M)	128
Lampiran 9. Hasil Analisis Deskriptif <i>Brand Ambassador</i> (X1)	130
Lampiran 10. Hasil Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> (X2)	132
Lampiran 11. Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X3)	133
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	135
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (M)	136
Lampiran 14. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1)	137
Lampiran 15. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	138
Lampiran 16. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3)	139
Lampiran 17. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	140
Lampiran 18. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (M).....	141
Lampiran 19. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand ambassador</i> (X1).....	142
Lampiran 20. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	143
Lampiran 21. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X3).....	144
Lampiran 22. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorv-smirnov</i> Persamaan 1.....	145
Lampiran 23. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorv-smirnov</i> Persamaan 2.....	146
Lampiran 24. Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1	147
Lampiran 25. Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2.....	148
Lampiran 26. Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 1	149
Lampiran 27. Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 2	150
Lampiran 28. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan 1	151
Lampiran 29. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan 2	152
Lampiran 30. Hasil Uji Sobel Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	153

Lampiran 31. Hasil Uji Sobel Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	154
Lampiran 32. Hasil Uji Sobel Variabel Kualitas Produk (X3).....	155
Lampiran 33. Lampiran Riwayat Hidup Penulis.....	156