PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI KONSUMEN, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* MS GLOW

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

SITI ALIMATUL KHARIMAH

41218043

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI KONSUMEN, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* MS GLOW"**

Oleh

Nama	: **SITI ALIMATUL KHARIMAH**
NIM	: **41218043**
Program Studi	: S1 Manajemen
Fakultas	: Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 15 bulan Mei tahun 2022

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji	**Tanda Tangan**
Ketua Tim Penguji/Pembimbing	
Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si.	.....
NIDN. 0622059001	
Penguji I	
Dr. Qori Al Banin, S.E., M.Si.	.....
NIDN. 0607098601	
Penguji II	
Mukhroji S.E., M.M.	.....
NIDN. 0621058902	

Diterima dan disahkan

pada tanggal .....

Dekan	Ketua
Fakultas Ekonomika dan Bisnis	Program Studi S1 Manajemen
Mukhroji S.E., M.M.	Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si.
NIDN. 0621058902	NIDN. 0622059001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Alimatul Kharimah

NIM : 41218043

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan, 15 Mei 2022

Yang membuat pernyataan

Siti Alimatul Kharimah

NIM. 41218043

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.

Dalam penyelesaian skripsi ini, beragam bimbingan, bantuan, dorongan, dan masukan yang penulis terima dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, secara tulus dan ikhlas penulis mengucapkan terimakasih 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 Universitas Peradaban.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban dan sekaligus pembimbing skripsi saya yang dengan sabar dan telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dari penyusunan proposal sampai skripsi ini selesai.
4. Ibu Dr. Qori Al Banin, S.E., M.Si. dan Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku dosen penguji
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban yang telah memberikan dan membekali banyak pengetahuan kepada penulis. Segenap staf Universitas Peradaban, yang telah memberikan layanan kepada penulis.
6. Ayahanda Rumadi dan Ibunda Warsini yang telah memberikan segalanya baik materi, doa, kasih sayang, motivasi, bimbingan, kesabaran, yang takkan tergantikan dengan apapun.
7. Sahabat-sahabatku Ditta Melynia Raharjo, Mariska Yulindyawati, dan Sinta Putri Irawan untuk kesabaran, motivasi dan kebersamaan yang kalian berikan.
8. Keluarga besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban angkatan 2018.

9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Semoga Allah SWT membelas dan merahmati setiap langkah mereka dengan kebaikan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua, atas kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini penulis haturkan banyak-banyak terimakasih.

Paguyangan, 10 Mei 2022

Penulis

Siti Alimatul Kharimah

NIM. 41218043

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas, motivasi konsumen, *brand image* dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* MS Glow. Penelitian ini dilakukan pada konsumen MS Glow di seluruh wilayah Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden secara *online* melalui *google form*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS v.26. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas, motivasi konsumen, *brand image* dan *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* MS Glow.

Kata kunci: Persepsi kualitas, motivasi konsumen, *brand image*, *brand ambassador*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived quality, consumer motivation, brand image and brand ambassador on purchasing decisions for MS Glow skincare products. This research was conducted on MS Glow consumers throughout Indonesia. The data used in this study is primary data obtained by distributing questionnaires to respondents online via google form. The sample in this study were 96 respondents. The sampling technique used non-probability sampling with accidental sampling method. Data analysis used multiple linear regression analysis with the help of SPSS v.26. Based on the results of the study, it showed that perceived quality, consumer motivation, brand image and brand ambassador had a positive and significant effect on purchasing decisions for MS Glow skincare products.

Keywords: perceived quality, consumer motivation, brand image, brand ambassador, purchasing decisions.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL……..…….... i
HALAMAN JUDUL……..... ii
HALAMAN PENGESAHAN…….…... iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI…….…... iv
KATA PENGANTAR.....…….…... v
ABSTRAK.....……..... vii
ABSTRACT.....…….... viii
DAFTAR ISI……..... ix
DAFTAR TABEL……..……..….. xi
DAFTAR GAMBAR……..... xii
BAB I. PENDAHULUAN……..…….....… 13
A. Latar Belakang…….…….. 13
B. Rumusan Masalah……...….…..... 22
C. Tujuan Penelitian……..... 23
D. Manfaat Penelitian…….…..... 23
BAB II. TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN.... 25
A. Telaah Pustaka……...….…..... 25
1. Keputusan Pembelian…….. 25
2. Persepsi Kualitas……. 29
3. Motivasi Konsumen…… 40
4. *Brand Image*…… 43
5. *Brand Ambassador*…….. 47
B. Perumusan Model Penelitian……. 51
1. Penelitian Terdahulu……...…….…..... 51
2. Perumusan Hipotesis……...…… 54
BAB III. METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA…….. 60
A. Metode Penelitian……. 60
1. Jenis Penelitian…… 60
2. Lokasi Penelitian……. 60

3. Waktu Penelitian……. 60
4. Populasi dan Sampel……..…… 61
5. Teknik Penentuan Ukuran Sampel..... 61
6. Sumber Data…… 62
7. Teknik Pengumpulan Data…….. 63
8. Definisi Konsep dan Operasional Variabel…… 64
B. Teknik Analisis Data……..……..... 65
1. Uji Instrumen……...…... 66
2. Analisis Deskriptif……..... 67
3. Analisis Regresi Berganda……..... 69
4. Uji Asumsi Klasik……... 73
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN..... 76
A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... 76
1. Sejarah Singkat Perusahaan..... 76
2. Gambaran Umum Responden..... 82
B. Analisis Data dan Pembahasan..... 85
1. Analisis Data……..... 85
2. Pembahasan…….. 105
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN……..... 109
A. Kesimpulan……..... 109
B. Saran……..... 110
DAFTAR PUSTAKA…….…… 113
LAMPIRAN.....……..... 123

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Definisi Operasional……..……. 64
Tabel 2. Macam-macam Produk MS Glow Beserta Manfaatnya…….…..... 77
Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin……..... 83
Tabel 4. Responden Berdasarkan Usia……...…... 83
Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan……..... 84
Tabel 6. Hasil Uji Validitas……..... 86
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas……...… 87
Tabel 8. Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y)…...…. 88
Tabel 9. Jawaban Responden Untuk Persepsi Kualitas (X1)……...…. 90
Tabel 10. Jawaban Responden Untuk Variabel Motivasi Konsumen (X2)…..... 92
Tabel 11. Jawaban Responden Untuk Variabel *Brand Image* (X3)…….....….. 93
Tabel 12. Jawaban Responden Untuk Variabel *Brand Ambassador* (X4)….....… 95
Tabel 13. Hasil Regresi Berganda……...…. 96
Tabel 14. Hasil Uji F……..... 99
Tabel 15. Hasil Koefisien Determinasi……...… 100
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorof-Smirnov*…….…….....….... 100
Tabel 17. Hasil Uji Heteroskedastisitas……...….... 102
Tabel 18. Hasil Uji Multikolinieritas……..…… 104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Penjualan Produk Kecantikan 2010-2021……..……... 13
Gambar 2. Data Penjualan Brand Produk Kecantikan 2020…….……. 16
Gambar 3. Data Penjualan Brand Skincare Lokal 2021…….…….... 16
Gambar 4. Testimoni Konsumen……....….. 19
Gambar 5. Top Brand Kategori Perawatan Wajah……..... 20
Gambar 6. Tipe-tipe Proses Pengambilan Keputusan Konsumen……..……... 28
Gambar 7. Proses Persepsi……...…. 31
Gambar 8. Aliran Proses Motivasi…….…..... 41
Gambar 9. Kerangka Pemikiran…….…..... 58
Gambar 10. Grafik *Normal P-P Plot*……..…….. 101
Gambar 11. Pola Grafik *Scatterplot*……..… 103