



**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PRODUK LIPSTIK WARDAH**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Jember)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Widya Dian Respati
NIM. 13.10.411.206

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
MARET, 2017**



**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK
LIPSTIK WARDAH
(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Jember)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Widya Dian Respati

NIM. 13.10.411.206

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
MARET, 2017**

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Widya Dian Respati

NIM : 1310411206

Prodi : Manajemen Pemasaran / S1

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : *PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK LIPSTIK WARDAH* (Studi kasus pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember) adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan subsatansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya, sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 31 Maret 2017

Yang Menyatakan,

Widya Dian Respati

NIM. 1310411206

SKRIPSI

PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK
LIPSTIK WARDAH
(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Jember)

Oleh :

Widya Dian Respati

NIM : 13.1041.1206

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Trias Setyowati, SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Bayu Wijyantini, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul *PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK LIPSTIK WARDAH* (Studi kasus pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember) : telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 31 Maret 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Drs. Anwar, M. Sc.

NPK 85 03 125

Anggota I,

Anggota II,

Trias Setyowati, SE, MM.

Bayu Wijyantini, SE, MM.

NPK 05 09 477

NPK 10 09 661

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, M. Si.

Drs. Anwar, M. SC

NPK 01 09 289

NPK 85 03 125

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”

(QS.Ar-Ra'd ayat 11)

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan”

(QS.Al-Mujadalah ayat 11)

“Barang siapa yang dikehendaki Allah menjadi baik, maka dia akan difahamkan dalam hal agama. Dan sesungguhnya ilmu itu dengan belajar”

(HR. Bukhori)

“Belajarlah kalian semua atas ilmu yang kalian inginkan, maka demi Allah tidak akan diberikan pahala kalian sebab mengumpulkan ilmu sehingga kamu mengamalkan”

(HR. Abu Hasan)

“Pelajarilah olehmu ilmu pengetahuan dan pelajarilah pengetahuan itu dengan tenang dan sopan, rendah hatilah kamu kepada orang yang belajar kepadanya”

(HR. Abu Nu'aim)

PERSEMBAHAN

Atas rahmat dan karunia Allah SWT, dengan rasa tulus dan rendah hati karya tulis ini kupersembahkan kepada :

- ALLAH SWT, yang telah memberikan jalan, kemudahan, dan kekuatan dalam hidupku.
- Bapakku Saiful Hasan yang tersayang dan Ibuku Yuli Indriani yang paling istimewa dalam hidupku, yang telah membesarkanku, memberikan kasih sayang, selalu menasehatiku dengan bijak, serta pengorbanan yang begitu besar dan do'a yang selalu dipanjatkan untuk mengiringi langkahku menuju keberhasilan dan cita-citaku.
- Keluarga besarku semua, yang telah mendukung dan mendoakanku selama ini.
- Abangku Denny Rahman, yang selalu ada menemani untuk memberikan dukungan, mengingatkan serta semangat selama mengerjakan tugas akhir ini.
- Kakakku Ahmad Nasuallah dan Akbar Rizky Wijaya, S.E, yang telah membantu dan memberikan semangat selama mengerjakan tugas akhir ini.
- Sahabat seperjuangan Wulandari, Ade Ayu, Diana Amelia, Susanti, Riastini, Incha, Wildani, Rizqiyah dan Hasan yang selalu memberi warna dikala penatnya kehidupan kampus.
- Teman Kost Jalan Karimata Gang Marron, Yova, Ulva, Wielda Incha dan juga nenek Suparmi yang setia menghiburku, memberikan semangat dan dukungan.
- Teman-teman Fakultas Ekonomi Manajemen yang selama empat tahun saling berbagi ilmu, cerita, canda, tawa, pengalaman dan pelajaran tentang hidup.
- Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikanku kesempatan menempuh pendidikan perguruan tinggi.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.

Banyak pihak yang memberikan dukungan, bantuan moril dan material baik secara langsung maupun secara tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa terimakasih yang tulus kepada :

1. Dra. Arik Susbiyani, M. Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Drs. Anwar, M. SC, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Trias Setyowati, SE, MM, selaku dosen pembimbing I dan Bayu Wijayantini, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan, semangat, dan pengarahan hingga tersusun skripsi ini.
4. Drs. Anwar, M. SC, selaku dosen penguji skripsi dan bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak membantu penulis selama bergabung bersama akademika Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Kedua orang tua ku, Ayahku tercinta Saiful Hasan dan Ibuku tersayang Yuli Indriani, terima kasih atas kasih sayang, do'a, semangat, nasehat, perhatian, dan dukungannya selama ini.
7. Keluarga besarku tercinta yang tak henti-hentinya memberikanku semangat, dukungan serta doa.
8. Teman-teman dan rekanku di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

9. Pihak Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin dan para Mahasiswi Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini.
10. Serta kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas semua bantuan yang diberikan, semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan rahmat-Nya bagi kita semua.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca dan akan memberikan suatu sumbangsih bagi almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.

Jember, 31 Maret 2017

Widya Dian Respati

NIM 1310411206

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMA PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii

BAB 1 : PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2. Strategi Pemasaran	8
2.1.3. Komunikasi Pemasaran	9
2.1.4. <i>Brand</i> (Merek).....	13
2.1.5. <i>Brand Ambassador</i>	14
2.1.6. <i>Brand Image</i>	17

2.1.7. Produk	21
2.1.8. Kualitas Produk	22
2.1.9. Minat Beli	23
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu	26
2.3. Kerangka Pemikiran	31
2.4. Hipotesis	32

BAB 3 : METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian	34
3.1.1. Variabel Bebas (<i>Independen</i>)	34
3.1.2. Variabel Terikat (<i>Dependen</i>)	34
3.2. Definisi Operasional Variabel	34
3.2.1. Variabel Independen	
3.2.1.1. <i>Brand Ambassador</i>	35
3.2.1.2. <i>Brand Image</i>	35
3.2.1.3. Kualitas Produk	35
3.2.2. Variabel Dependen	36
3.3. Desain Penelitian	36
3.4. Jenis Data	36
3.4.1. Data Primer	36
3.4.2. Data Sekunder	36
3.5. Teknik Pengambilan Data	37
3.5.1. Kuesioner (Angket)	37
3.6. Teknik Pengambilan Sampel	37
3.6.1. Populasi	37
3.6.2. Sampel	38
3.7. Teknik Pengukuran Data/Skala Pengukuran	39
3.8. Statistik Deskriptif Penelitian	40
3.8.1. Uji Validitas	40
3.8.2. Uji Reliabilitas	41

3.9. Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.10. Uji Asumsi Klasik	43
3.10.1. Uji Normalitas.....	43
3.10.2. Uji Multikolinieritas.....	43
3.10.3. Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.11. Pengujian Hipotesis	44
3.11.1. Uji t	44
3.11.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	45

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.1.1. Sejarah Singkat Wardah.....	46
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	47
4.1.2.1. Visi	47
4.1.2.2. Misi.....	47
4.1.3. Struktur Organisasi	48
4.1.4. Lokasi.....	50
4.2. Statistik Deskriptif Responden	51
4.2.1. Deskripsi Responden	
4.2.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	51
4.2.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Lipstik yang dimiliki	52
4.2.2. Analisis Deskriptif Pernyataan Responden.....	53
4.2.2.1. <i>Brand Ambassador</i>	53
4.2.2.2. <i>Brand Image</i>	55
4.2.2.3. Kualitas Produk.....	56
4.2.2.4. Minat Beli	58
4.3. Teknik Analisis Data	60
4.3.1. Uji Instrumen Data.....	60
4.3.1.1. Uji Validitas	60

4.3.1.2. Uji Reliabilitas	61
4.4. Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	63
4.5.1. Uji Normalitas	63
4.5.2. Uji Multikolinieritas	65
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas	66
4.6. Pengujian Hipotesis	67
4.6.1. Uji T	67
4.6.2. Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian	70
4.7.1. Hasil Perhitungan <i>Brand Ambassador</i>	70
4.7.2. Hasil Perhitungan <i>Brand Image</i>	71
4.7.3. Hasil Perhitungan Kualitas Produk	72

BAB 4 : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	73
5.2. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA	76
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. : Data <i>Top Brand</i> Produk Lipstik 2014 dan 2015	3
Tabel 1.2. : Data Nama Selebriti Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Wardah	4
Tabel 1.3. : Data Pra Penelitian.....	5
Tabel 2.1. : Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1. : Daftar Rincian Mahasiswi Fakultas Ekonomi	39
Tabel 4.1. : Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.2. : Jumlah Responden Berdasarkan Lipstik Yang Dimiliki.....	52
Tabel 4.3 : Frekuensi Responden Terhadap Pernyataan dari <i>Brand Ambassador</i>	53
Tabel 4.4. : Frekuensi Responden Terhadap Pernyataan dari <i>Brand Image</i> ..	55
Tabel 4.5 : Frekuensi Responden Terhadap Pernyataan dari Kualitas Produk	56
Tabel 4.6. : Frekuensi Responden Terhadap Pernyataan dari Minat Beli.....	58
Tabel 4.7. : Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4.8. : Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.9. : Hasil Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.10 : Hasil Uji Multikolinieritas	66
Tabel 4.11. : Hasil Uji T	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. : Elemen-Elemen Dalam Komunikasi Pemasaran.....	9
Gambar 2.2. : Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1. : Struktur Organisasi PT Paragon Technology and Innovation ..	48
Gambar 4.2. : Uji Normalitas	64
Gambar 4.3. : Uji Normalitas	64
Gambar 4.4. : Uji Heteroskedastisitas	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 : Tentang PT PARAGON TECHNOLOGY & INNOVATION dan Brand Kosmetik Wardah

Lampiran 3 : Kuesioner Dan Data Responden

Lampiran 4 : Hasil Data Frekuensi Pernyataan Responden

Lampiran 5 : Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Lampiran 6 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 7 : Dokumentasi

DAFATAR PUSTAKA

- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta : Intidayu Press
- Bachtiar. 2013. *Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli Motor Honda di Makasar*. Skripsi. Universitas Hasanudin Makasar.Vol.1.No.1
- Cece Ike. 2015. *Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Glaxy Mall Surabaya*. Skripsi. Universitas Narotama Surabaya.Vol.1.No.2
- Dinnie, Keit. 2016. *Nation Branding , Concepts, Issue, Practice*. Second Edition. New Yorl : Routledge Taylor & Francis Group (E-books)
- Doucett, Elisabeth. 2008. *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago : American Library Association (E-books)
- Ferdinand, Agusty. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Jilid Pertama. Jakarta : Erlangga.
- Ferriandewi, Erna.2005. *Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhpada Kepuasan Konsumen di Surabaya*. Jurnal. Universitas Kristen Petra Surabaya.Vol.7.No.2
- Hidayat, Elita, Setiaman.2012. *Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsume*. Jurnal. Universitas Padjajaran.Vol.1.No.1
- Husein, Umar.2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*.Edisi Kedua.Cetakan Kesebelas. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada Jakarta Indonesia
- Kanuk, Lislle Lazar dan Leon G.Schiffman. 2004. *Consumer Behavior*. New Jersey : Pprentice Hall,Inc
- Kotler, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke tiga belas. Jilid Kedua. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philips dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke dua belas. Jilid Kedua. Ahli Bahasa Bob Sabran. Jakarta : Erlangga
- Prayitno. 2010. *Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom

- Rizki Shinta. 2016. *Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas produk, Harga dan Daya Tarik Iklan terhadap Brand Image serta Dampaknya Terhadap Minat Beli*. Jurnal. Universitas Diponegoro Semarang.Vol.5.No.2
- Royan, Fransiscus. 2004. *Sukses Menjual “Kenali Konsumen Anda”*. Edisi kedua. Jakrata : Andi Publisher
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen. Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta
- Sulistiyari I. 2012. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame*. Jurnal. Universitas Diponegoro Semarang.Vol.1.No.1
- Shimp, A Terence. 2003. *Periklanan dan Promosi*. Jakarta : Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Prinsip Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Andi
- www.pti.cosmetic.com (Perusahaan dari produk Wardah) (diakses pada 12 Oktober 2016)
- www.wardahbeauty.com (Website resmi wardah) (diakses pada 12 Oktober 2016)
- www.topbrand-award.com (Website penelitian survei top brand) (Diakses pada 12 Oktober 2016)
- www.bitebrands.com (Blog yang membahas tentang perusahaan kosmetik lokal) (Diakses pada 25 November 2016)
- www.hellohijbers.wordpress.com (Blog membahas tentang kosmetik halal) (Diakses pada 25 November 2016)