



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
GARNIER**

TESIS

MUHAMAD FIZKY YUSUF 2010121005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
GARNIER**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister
Manajemen**

MUHAMAD FIZKY YUSUF 2010121005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

PENYATAAN ORISINILITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhamad Fizky Yusuf

NIM : 2010121005

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 23 Juni 2022

Yang menyatakan,



Muhamad Fizky Yusuf

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhamad Fizky Yusuf

NIM : 2010121005

Fakultas. : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Magister Manajemen

Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas tesis saya yang berjudul:

Analisis Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Garnier

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 6 Juli 2022

Yang menyatakan,



Muhamad Fizky Yusuf

TESIS

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
GARNIER**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

MUHAMAD FIZKY YUSUF 2010121005

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 6 Juli 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Miguna Astuti, S.Si., MM., MOS., CPM
Ketua Penguji



Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP
Penguji I (Pembimbing I)



Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E., M.Si., CMiP
Penguji II (Pembimbing II)



Dr. Dianwicakasih A., SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan



Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Juli 2022

Garnier Cosmetic Product Purchase Decision Analysis

By Muhammad Fizky Yusuf

Abstract

Developments in the business world cannot be denied, one of which is the development in the cosmetic sector, this is marked by the emergence of many brands and types of cosmetic products that make consumers have to think about making purchasing decisions. Garnier is one of the cosmetic brands in Indonesia, especially Jakarta.

The purpose of this study was to determine whether purchasing decisions for Garnier cosmetic products were influenced by trust, country of origin and product quality. This research is a quantitative research using Partial Least Square (PLS) software. The sample in this study were 120 respondents spread across the Jakarta area. Data was collected through the distribution of online questionnaires to respondents.

The results of this study indicate that the country of origin variable has a negative and insignificant effect on purchasing decisions, the product quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, the country of origin variable has a positive and significant effect on purchasing decisions through trust, the product quality variable has an effect positively and significantly on purchasing decisions through trust and the trust variable has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Purchase Decision, Trust, Country of Origin, Product Quality*

Analisis Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Garnier

Oleh Muhamad Fizky Yusuf

Abstrak

Perkembangan di dunia bisnis tidak dapat dipungkiri salah satunya ialah perkembangan di sektor kosmetik, hal ini ditandai dengan bermunculan banyaknya brand dan jenis produk kosmetik sehingga membuat konsumen harus berfikir untuk melakukan keputusan pembelian. Garnier merupakan salah satu brand kosmetik yang ada di Indonesia khususnya Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah keputusan pembelian produk kosmetik garnier dipengaruhi oleh kepercayaan, *country of origin* dan kualitas produk. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan *software* Partial Least Square (PLS). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 orang responden yang tersebar di wilayah Jakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner secara online kepada responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *country of origin* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *country of origin* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan, variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan dan variabel kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Kepercayaan, *Country of Origin*, Kualitas Produk



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TESIS SEMESTER GENAP TA. 2021/2022

Hari ini Rabu , tanggal 06 Juli 2022, telah dilaksanakan Ujian Tesis bagi mahasiswa :

Nama : Muhamad Fizky Yusuf

No.Pokok Mahasiswa : 2010121005

Program : Manajemen S.2

Dengan judul tesis sebagai berikut :
Analisis Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Garnier
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM., CPM	Ketua	1.
2	Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Anggota I	2.
3	Dr. Alfath S. Manggabarani, SE, M.Si	Anggota II (**)	3.

Keterangan :
*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 06 Juli 2022
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprodi. Manajemen S.2

Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I,
M.M.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan YME karena dengan rahmat serta karuniaNYA, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis yang berjudul **Analisis Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Garnier**.

Selain itu penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua penulis Bapak Cecep Suplihat dan Ibu Tati Sudarmiati serta kedua saudara penulis Irbal Fraroza dan Nurfa Citra serta seluruh saudara penulis yang selalu mendukung dan memberikan doa untuk penulis serta Bapak Prasetyo Hadi dan Ibu Alfatih S. Manggabarani selaku Dosen Pembimbing yang sudah memberikan arahan dan masukan untuk menyelesaikan penelitian ini. Selain itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPNVJ
2. Teman-teman Magister Manajemen UPNVJ angkatan 2020
3. Smeagol
4. Enjoy Publik
5. 311CC
6. Teman-teman Universitas Katolik Parahyangan

Jakarta, 6 Juli 2022

Muhamad Fizky Yusuf

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PENGESAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
BERITA ACARA UJIAN TESIS.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN.....	9
2.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.2 Perilaku Konsumen.....	10
2.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.4 Kepercayaan.....	15
2.5 <i>Country of Origin</i>	18
2.6 Kualitas Produk.....	19
2.7 Penelitian Terdahulu.....	22
2.8 Kerangka Berfikir.....	28
2.9 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
3.1.1 Definisi Operasional.....	31
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	32
3.2 Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.1 Sumber Data.....	34
3.3.2 Pengumpulan Data.....	35
3.4 Teknik Analisis Data.....	36
3.4.1 Teknik Analisis Deskriptif.....	36
3.4.2 Teknik Analisis Inferensial.....	37
3.4.3 Pengujian Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskriptif Objek Penelitian.....	42
4.2 Deskriptif Data Penelitian.....	43

4.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....	45
4.3.1 Analisis Data Deskriptif.....	45
4.3.1 <i>Outer Loading</i>	49
4.4 <i>Inner Model</i>	52
4.5 Pembahasan.....	56
4.5.1 Pengaruh <i>Country of Origin</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.5.3 Pengaruh <i>Country of Origin</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan.....	59
4.5.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan.....	60
4.5.5 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Simpulan.....	63
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	63
5.3 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Index dan peringkat Produk Garnier.....	3
Tabel 2. Definisi Operasional.....	33
Tabel 3. Kisi Kisi Instrument Penelitian	35
Tabel 4. Peringkat Jawaban Kuisisioner.....	36
Tabel 5. Frekuensi Usia.....	43
Tabel 6. Jenis Kelamin.....	43
Tabel 7. Pengeluaran Kosmetik Perbulan.....	44
Tabel 8. Pendapatan Perbulan.....	44
Tabel 9. Pekerjaan.....	45
Tabel 10. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian..	45
Tabel 11. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepercayaan.....	46
Tabel 12. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Country of Origin</i>	47
Tabel 13. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	48
Tabel 14. Hasil <i>Output Loading Factor</i>	49
Tabel 15. <i>average variant extracted (AVE)</i>	50
Tabel 16. <i>Composite Reability</i>	51
Tabel 17. <i>Cronbach Alpha</i>	51
Tabel 18. Nilai <i>R Square</i>	52
Tabel 19. Hasil <i>Path Coefficient</i>	52
Tabel 20. Hasil Pengujian T-Statistik.....	53
Tabel 21. Intervening Kepercayaan.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Penjualan Kosmetik Melalui <i>E-Commerce</i> Tahun 2020.....	4
Gambar 2. Langkah-langkah PLS.....	38
Gambar 3. Logo Garnier.....	42
Gambar 4. Diagram Jalur.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Kuisiner penelitian
Realibilitas dan Validitas
Outer Loading
R Square
Path Coefficient
Spesific Indirect Effect