



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK PIXY**

SKRIPSI

NABILLATUZ ZAHRA SYANI 1910111004

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



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK PIXY**

SKRIPSI

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

NABILLATUZ ZAHRA SYANI 1910111004

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Nabillatuz Zahra Syani

NIM : 1910111004

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

Jakarta, 8 Desember 2022

Yang menyatakan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and 'DB5EFAJX400486455'. The stamp is partially obscured by the signature.

Nabillatuz Zahra Syani

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nabillatuz Zahra Syani
NIM : 1910111004
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : SI Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Social Media Influencer*
Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy

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 Skripsi 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 : 8 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Nabillatuz Zahra Syani)

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK PIXY

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nabillatuz Zahra Syani 1910111004

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 19 Desember 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Suharyati, SE, MM
Ketua Penguji



Dra. Bernadin Dwi M, MM
Penguji I



Dr. Dianwicakshi Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D
Penguji II (Pembimbing)



Siti Hidavati, S.E., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 19 Desember 2022

The Influence of Brand Image, Product Quality, and Social Media Influencer on Purchase Decision of Pixy Lipstick

By Nabillatuz Zahra Syani

Abstract

The increase in cosmetic users in Indonesia opens opportunities for manufacturers to offer a wide selection of products, one of which is lipstick, which is a cosmetic product that cannot be separated from the daily activities of women who are concerned with appearance. However, the problem faced is intense competition between cosmetic companies so currently, Pixy has not reached first place in sales of lipstick products. The purpose of this study is to analyze and prove whether brand image, product quality, and social media influencers influence purchasing decisions. This research uses a type of quantitative approach. The population of this study was users of Pixy lipstick products in Jakarta with a sample of 100 respondents using a non-probability sampling technique and purposive sampling method. The test tool used is SmartPLS 3.2.9 software. The results of this study indicate that variable brand image, product quality, and social media influencers have a significant positive influence on purchasing decisions for Pixy lipstick in Jakarta. Based on the t-statistic test, variable social media influencer has the greatest influence on purchasing decisions at 49.3%.

Keywords : *brand image, product quality, social media influencers, purchase decision, lipstick*

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Social Media Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy

Oleh Nabillatuz Zahra Syani

Abstrak

Meningkatnya pengguna kosmetik di Indonesia membuka peluang bagi produsen untuk menawarkan berbagai pilihan produk, salah satunya lipstik merupakan produk kosmetik yang tidak bisa dilepas dari kegiatan sehari-hari kaum wanita yang mementingkan penampilan. Namun, masalah yang dihadapi adalah persaingan ketat antar perusahaan kosmetik sehingga saat ini Pixy belum mencapai peringkat pertama dalam penjualan produk lipstik. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan membuktikan apakah citra merek, kualitas produk, dan *social media influencer* memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pengguna produk lipstik Pixy di Jakarta dengan sampel sebanyak 100 responden menggunakan teknik *non probability sampling* dan metode *purposive sampling*. Adapun alat uji yang digunakan yaitu *software SmartPLS 3.2.9*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk, dan *social media influencer* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Pixy di Jakarta. Berdasarkan uji *t-statistic*, variabel *social media influencer* memiliki pengaruh paling besar dalam keputusan pembelian yaitu sebesar 49,3%.

Kata Kunci : citra merek, kualitas produk, *social media influencer*, keputusan pembelian, lipstik



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 SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Senin , tanggal 19 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Nabillatuz Zahra Syani

No.Pokok Mahasiswa : 1910111004

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Suharyati, S.E., M.M	Ketua	1.
2	Dra. Bernadin Dwi, MM	Anggota I	2.
3	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 19 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

[Signature]
Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, melalui nikmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Social Media Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy”** tepat pada waktunya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Ibu Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D selaku dosen pembimbing serta Ibu Suharyati, SE, MM dan Ibu Dra. Bernadin Dwi M, MM selaku penguji yang memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat selama penulisan skripsi ini.

Di samping itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta Ibu Sufi Insani dan Bapak Syarifudin yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan nasihat, terima kasih juga kepada abang Umam dan adik Jihan yang telah memberikan dukungan. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada sepupu terdekat, kak Nada dan kak Amel yang telah membimbing, membantu, mendukung penulis, Tiara dan Shafa yang selalu memberikan semangat kepada penulis, serta seluruh keluarga yang memberikan doa dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada teman terbaik Assa, Syahda, Aida yang telah mendukung, membantu, dan sabar mendengarkan keluh kesah penulis. Terima kasih kepada Lala dan Sekar yang menjadi tempat bertukar pikiran dan sahabat SMA penulis Gita, Fathma, Ismi yang selalu memberikan semangat dan doa serta pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari banyak keterbatasan dalam penulisan skripsi ini, sehingga jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar semua menjadi lebih baik. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan seluruh pembaca.

Jakarta, 19 Desember 2022

Nabillatuz Zahra Syani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Perumusan Masalah	7
I.3. Tujuan Penelitian	7
I.4. Manfaat Hasil Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1. Landasan Teori	9
II.1.1 Pemasaran.....	9
II.1.2 Perilaku Konsumen	9
II.1.3 Keputusan Pembelian	10

II.1.4 Citra Merek	14
II.1.5 Kualitas Produk	17
II.1.6 <i>Digital Marketing</i>	19
II.1.7 <i>Social Media Marketing</i>	20
II.1.8 <i>Social Media Influencer</i>	20
II.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	22
II.3. Model Penelitian.....	32
II.4. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
III.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
III.1.1 Definisi Konsep	34
III.1.2 Definisi Operasional	34
III.1.3 Pengukuran Variabel.....	35
III.2. Penentuan Populasi dan Sampel.....	36
III.2.1 Populasi.....	36
III.2.2 Sampel.....	36
III.3. Teknik Pengumpulan Data.....	38
III.3.1 Jenis Data	38
III.3.2 Sumber Data.....	38
III.3.3 Pengumpulan Data	38
III.4. Teknik Analisis Data.....	40
III.4.1 Analisis Deskriptif	40
III.4.2 Analisis Inferensial	41
III.4.3 Uji Validitas	44
III.4.4 Uji Reliabilitas	45
III.4.5 Uji Hipotesis	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
IV.1. Deskripsi Objek Penelitian	49
IV.1.1 Profil Perusahaan	49
IV.2. Deskripsi Data Penelitian.....	52
IV.2.1 Deskripsi Data Responden.....	52
IV.2.2 Analisis Data Deskripsi	55
IV.3. Uji Hipotesis dan Analisis	63
IV.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	64
IV.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	70
IV.4. Pembahasan.....	75
IV.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
IV.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	77
IV.4.3 Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	80
IV.5. Keterbatasan Penelitian.....	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	86
V.1. Simpulan	86
V.2. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88
RIWAYAT HIDUP	95
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Produk Kosmetik Paling Diminati di <i>E-Commerce</i> Tahun 2020	2
Tabel 2. Top 10 <i>Brand Makeup</i> Tahun 2020	3
Tabel 3. <i>Top Brand Award</i> Kategori Lipstik Tahun 2019-2020	4
Tabel 4. <i>Top Brand Award</i> Kategori Lipstik Tahun 2021-2022	5
Tabel 5. Matriks Penelitian Sebelumnya	30
Tabel 6. Pengukuran Variabel	35
Tabel 7. Skala <i>Likert</i>	39
Tabel 8. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	39
Tabel 9. Peringkat Jawaban Kuesioner	40
Tabel 10. Tingkat Reliabilitas Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	46
Tabel 11. Nilai <i>Mean</i> , Minimum, Maksimum, Standar Deviasi	56
Tabel 12. Interpretasi Nilai Indeks	57
Tabel 13. Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	58
Tabel 14. Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Citra Merek	59
Tabel 15. Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk	61
Tabel 16. Frekuensi Jawaban Responden Terhadap <i>Social Media Influencer</i>	62
Tabel 17. Nilai <i>Loading Factor</i>	65
Tabel 18. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	66
Tabel 19. Nilai <i>Cross Loading</i>	66
Tabel 20. Nilai <i>Composite Reliability</i>	68
Tabel 21. Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	68
Tabel 22. Nilai <i>R Square</i>	71
Tabel 23. Nilai <i>Q Square</i>	72
Tabel 24. Hasil Uji t-Statistik	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	32
Gambar 2. Langkah-Langkah PLS.....	42
Gambar 3. Konstruk Diagram Jalur	43
Gambar 4. Logo Pixy	49
Gambar 5. Lipstik Pixy "Tint Me!"	50
Gambar 6. Lipstik Pixy "Make It Glow Crayonttentation"	50
Gambar 7. Lipstik Pixy "Lip Conditioner"	51
Gambar 8. Lipstik Pixy "Lip Cream"	51
Gambar 9. Lipstik Pixy "Silky Fit"	52
Gambar 10. Lipstik Pixy "Matte In Love"	52
Gambar 11. <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Menurut Usia	53
Gambar 12. <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Menurut Domisili.....	53
Gambar 13. <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	54
Gambar 14. <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Menurut Varian Lipstik.....	55
Gambar 15. <i>Outer Model</i>	64
Gambar 16. <i>Inner Model</i>	70
Gambar 17. Nilai Uji Hipotesis <i>Inner Model</i>	74
Gambar 18. <i>Influencer</i> Media Sosial YouTube	82
Gambar 19. <i>Influencer</i> Media Sosial TikTok & Instagram	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Matriks Penelitian Terdahulu	96
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 3. Data Kuesioner 100 Responden	106
Lampiran 4. Hasil Data Karakteristik Responden.....	118
Lampiran 5. Hasil Data Deskripsi Responden	120
Lampiran 6. Hasil <i>Output Outer Model</i> Penelitian	122
Lampiran 7. Hasil <i>Output Inner Model</i> Penelitian.....	126
Lampiran 8. T Tabel.....	129
Lampiran 9. Bukti Penyebaran Kuesioner	132
Lampiran 10. Hasil Turnitin.....	133