



Skripsi:

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK AMARA COSMETICS
FOR KIDS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei *Followers*
Instagram *Official Account* @amarakids)**

**Skripsi ini Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Nama: Adinda Maharani Putri

NIM: 1710411114



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan benar.

Nama : Adinda Maharani
NIM : 1710411114
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : -

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

Jakarta, 10 Februari 2021

Yang menyatakan,



Adinda Maharani Putri

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adinda Maharani Putri
NIM : 1710411114
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : -

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Amara Cosmetics for Kids Terhadap Keputusan Pembelian (Survei *Followers Instagram Official Account @amarakids*).

Beserta Perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Februari 2021

Yang Menyatakan,



Adinda Maharani Putri

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Adinda Maharani Putri
NIM : 1710411114
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : -
Judul : Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Amara Cosmetics for Kids Terhadap Keputusan Pembelian (Survei *Followers* Instagram *Official Account* @amarakids)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing Skripsi I



Lukman Saleh Waluyo, M.Si

Pembimbing Skripsi II



Dr. Priyono Sadjjo, M.Si

Ketua Program Studi



Maria Febiana Christanti, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 15 Februari 2021

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK AMARA COSMETICS
FOR KIDS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI
FOLLOWERS INSTAGRAM OFFICIAL ACCOUNT @AMARAKIDS)**

ADINDA MAHARANI PUTRI

ABSTRAK

Produk kecantikan selalu identik dengan femininitas perempuan. Anak perempuan juga termasuk di dalamnya. Karena masa kanak-kanak merupakan fase perkembangan yang pesat, seorang anak dapat mencontoh kebiasaan berdandan orang di sekitarnya. Untuk memenuhi permintaan kosmetik yang aman untuk anak, PT. Gloria Origita Cosmetics akhirnya membuat *brand* kosmetik aman untuk anak yaitu Amara Cosmetics. Adanya pandemi Covid-19 membuat Amara Cosmetics berfokus dengan pemasaran melewati sosial media terutama Instagram. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur pengaruh *perceived quality* terhadap keputusan pembelian Amara Cosmetics. Metode penelitian yang digunakan adalah **kuantitatif** eksplanatif. Penelitian ini menggunakan **teori tindakan beralasan**. Survei dilakukan dengan mengirimkan kuisioner kepada 100 responden. Hasil perhitungan **uji korelasi** menyatakan bahwa *perceived quality* (x) dan keputusan pembelian (y) memiliki tingkat korelasi sedang sebesar 0,509. Berdasarkan hasil **uji regresi linier sederhana**, variabel independen (x) memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen (y) bila dimanipulasi. Dari hasil **uji koefisien determinasi**, tingkat pengaruh atau kontribusi *perceived quality* (x) terhadap keputusan pembelian (y) sebesar 25,9% dan sisanya dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Persepsi Kualitas, Keputusan Pembelian, Ekuitas *Brand*, Kosmetik

**THE EFFECT OF PERCEIVED QUALITY ON AMARA COSMETICS FOR
KIDS PRODUCT TOWARDS PURCHASING DECISION (SURVEY OF
INSTAGRAM OFFICIAL ACCOUNT @AMARAKIDS FOLLOWERS)**

ADINDA MAHARANI PUTRI

ABSTRACT

*Beauty products are always synonymous with femininity for women. Girls also is included. Because this period is a phase of rapid development, a child can imitate the makeup habits of those around her. To meet the demand for cosmetics that are safe for kids, PT. Gloria Origita Cosmetics has finally created a kid-safe cosmetic brand, Amara Cosmetics. Due to Covid-19 pandemic, Amara Cosmetics focuses on marketing through social media, especially Instagram. The purpose of this study was to determine and measure the effect of perceived quality in fostering purchasing decisions for Amara Cosmetics. The research method used is **quantitative** explanative. This study uses **the theory of reasoned action**. The survey was conducted by sending questionnaires to 100 respondents. The results of calculation of **correlation test** state that perceived quality (x) and purchase decisions (y) have a moderate correlation level of 0.509. Based on the results of **simple linear regression test**, the independent variable (x) has a positive effect on the dependent variable (y) when manipulated. From the results of **determination coefficient test**, there was a level of influence or contribution of perceived quality (x) to purchasing decisions (y) is 25.9% and the rest is influenced by other factors*

Keyword: Marketing Communication, Perceived Quality, Purchasing Decision, Brand Equity, Cosmetics

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga Peneliti dapat menuntaskan skripsi dengan baik dan benar. Penulisan skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan dalam menyelesaikan pendidikan strata satu program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Amara Cosmetics for Kids Terhadap Keputusan Pembelian (Survei *Followers* Instagram *Official Account @amarakids*)”.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, Peneliti banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. maka dari itu, Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak terkait yang telah mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini. Dengan rasa hormat, peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa, karena dengan rahmatnya, peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam proses penulisan skripsi.
2. Kedua orang tua peneliti, yang tanpa hentinya memberikan dukungan dan doa selama proses penelitian dan penyusunan laporan skripsi.
3. Dr. R. Dudy Heryadi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Maria Febiana Christanti, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Lukman Saleh Waluyo, M.Si selaku dosen pembimbing satu, karena dengan arahannya beliau, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sesuai standar penulisan serta metodologi yang baik dan benar sehingga penelitian ini dapat dijadikan sumber yang *valid*.

6. Dr. Priyono Sadjijo, M.Si selaku dosen pembimbing dua, karena beliau telah sudut pandang menarik dan arahan dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Rekan dan seluruh pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa penulisan dan penyusunan skripsi ini belum sempurna. Maka dari itu, Peneliti bersikap sangat terbuka atas kritik dan sarannya, agar penelitian ini dapat ditingkatkan kualitasnya.

Jakarta, 10 Februari 2020



Adinda Maharani Putri

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Konsep-Konsep Penelitian	13
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	13
2.2.2 Iklan (<i>Advertising</i>)	14
2.2.3 <i>Social Media Marketing</i>	14
2.2.4 Instagram	15
2.2.5 Pengguna Instagram	15
2.2.6 <i>Brand Equity</i>	16
2.2.7 <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas)	17
2.2.8 Minat Beli	18
2.2.9 Keputusan Pembelian	19
2.3 Teori Penelitian	20
2.3.1 Teori Tindakan Beralasan (<i>Theory of Reasoned Actions</i>)	20
2.4 Kerangka Berpikir	22
2.5 Hipotesis	22
BAB III	24

METODE PENELITIAN	24
3.1 Metodologi Penelitian	24
3.1.1 Pendekatan Penelitian	24
3.1.2 Jenis Penelitian.....	24
3.1.3 Metode Penelitian.....	25
3.1.4 Operasionalisasi Variabel.....	25
3.2 Populasi dan Sampel.....	30
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Teknik Penarikan Sampel	33
3.3.2 Jenis Data.....	33
3.4 Metode Analisis Data	35
3.4.1 Instrumen Uji	35
3.4.2 Teknik Analisis Data.....	41
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	45
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.1.1 Sejarah Perusahaan	46
4.1.3 Amara Cosmetics	49
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Karakteristik Responden	51
4.2.2 Analisis Pernyataan Koresponden.....	53
4.2.3 Analisis Variabel	73
4.2.4 Uji Korelasi.....	76
4.2.5 Uji Regresi	78
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi	78
4.2.7 Uji Hipotesis (Uji T).....	79
4.3 Pembahasan.....	80
BAB V	83
KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Statistik We are Social Hootsuite Tahun 2020	2
Gambar 2. Data Statistik DIGIMIND Tahun 2020	3
Gambar 3. Screenshoot @amarakids.....	5
Gambar 4. Logo PT. Gloria Origita Cosmetics.....	46
Gambar 5. Pabrik PT. Gloria Origita Cosmetics.....	47
Gambar 6. Logo Brand Amara Cosmetics for Kids	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2. Operasionalisasi Variabel.....	25
Tabel 3. Skala Likert	34
Tabel 4. Tabel Nilai r	36
Tabel 5. Uji Validitas Variabel x (Persepsi Kualitas)	37
Tabel 6. Uji Validitas Variabel y (Keputusan Pembelian)	38
Tabel 7. Kriteria Reliabilitas Alpha Cronbach	40
Tabel 8. Uji Reliabilitas Variabel x (Persepsi Kualitas)	40
Tabel 9. Uji Reliabilitas Variabel y (Keputusan Pembelian)	41
Tabel 10. Interpretasi Koefisien Determinasi.....	44
Tabel 11. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	45
Tabel 12. Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel 13. Rentang Usia Responden.....	52
Tabel 14. Pekerjaan Responden	52
Tabel 15. Pendidikan Terakhir Responden.....	53
Tabel 16. Pernyataan 1 (Variabel x).....	54
Tabel 17. Pernyataan 2 (Variabel x).....	55
Tabel 18. Pernyataan 3 (Variabel x).....	55
Tabel 19. Pernyataan 4 (Variabel x).....	56
Tabel 20. Pernyataan 5 (Variabel x).....	57
Tabel 21. Pernyataan 6 (Variabel x).....	57
Tabel 22. Pernyataan 7 (Variabel x).....	58
Tabel 23. Pernyataan 8 (Variabel x).....	58
Tabel 24. Pernyataan 9 (Variabel x).....	59
Tabel 25. Pernyataan 10 (Variabel x).....	60
Tabel 26. Pernyataan 11 (Variabel x).....	60
Tabel 27. Pernyataan 12 (Variabel x).....	61
Tabel 28. Pernyataan 13 (Variabel x).....	62
Tabel 29. Pernyataan 14 (Variabel x).....	62
Tabel 30. Pernyataan 15 (Variabel x).....	63

Tabel 31. Pernyataan 16 (Variabel y)	64
Tabel 32. Pernyataan 17 (Variabel y)	64
Tabel 33. Pernyataan 18 (Variabel y)	65
Tabel 34. Pernyataan 19 (Variabel y)	66
Tabel 35. Pernyataan 20 (Variabel y)	66
Tabel 36. Pernyataan 21 (Variabel y)	67
Tabel 37. Pernyataan 22 (Variabel y)	68
Tabel 38. Pernyataan 23 (Variabel y)	68
Tabel 39. Pernyataan 24 (Variabel y)	69
Tabel 40. Pernyataan 25 (Variabel y)	69
Tabel 41. Pernyataan 26 (Variabel y)	70
Tabel 42. Pernyataan 27 (Variabel y)	71
Tabel 43. Pernyataan 28 (Variabel y)	71
Tabel 44. Pernyataan 29 (Variabel y)	72
Tabel 45. Pernyataan 30 (Variabel y)	73
Tabel 46. Tabel Rata-rata Variabel x	73
Tabel 47. Tabel Rata-rata Variabel y	75
Tabel 48. Nilai Koefisien Korelasi	77
Tabel 49. Tabel Hasil Uji Korelasi	77
Tabel 50. Hasil Uji Regresi	78
Tabel 51. Hasil Uji T	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pernyataan Penelitian	90
Lampiran 2. Kuisisioner Google Form	95
Lampiran 3. Tabel Hasil (x)	96
Lampiran 4. Tabel Hasil (y)	99
Lampiran 5. Uji Validitas (x)	102
Lampiran 6. Uji Validitas (y)	103
Lampiran 7. Kontrak Penulisan Skripsi	104
Lampiran 8. Sertifikat TOEFL	105
Lampiran 9. Hasil Uji Plagiarisme	106
Lampiran 10. Pas Foto	107