

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* KOSMETIK
PERAWATAN WAJAH SKINTIFIC**



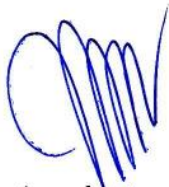
**PROGRAM STUDI
S1 PENDIDIKAN TATA RIAS
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan
Pembelian Online Kosmetik Perawatan Wajah Skintific
Penyusun : Nabila
NIM : 1516620036
Tanggal Ujian : 15 Juli 2024

Disetujui oleh:

Pembimbing I,



Nurina Ayuningtyas, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198506162015042001

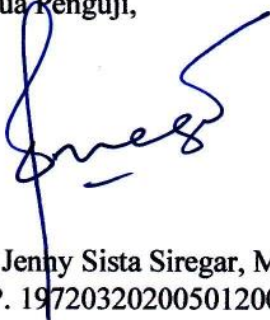
Pembimbing II,



Dr. Dwi Atmanto, M.Si.
NIP. 196305211988111001

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi:

Ketua Penguji,



Dr. Jenny Sista Siregar, M. Hum.
NIP. 197203202005012001

Anggota Penguji I,



Dra. Mari Okatini, M.K.M.
NIP. 196710091993032001

Anggota Penguji II,



Dr. Nurul Hidayah, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198309272008122001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias



Dr. Nurul Hidayah, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198309272008122001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 10 Juni 2024
Yang membuat pernyataan,



Nabila

No. Reg. 1516620036



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nabila
NIM : 1516620036
Fakultas/Prodi : Fakultas Teknik/Pendidikan Tata Rias
Alamat email : nabilabawazierr@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Kosmetik

Perawatan Wajah Skintific

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Juli 2024

Penulis

(Nabila)

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, ridho, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian dan menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Online Kosmetik Perawatan Wajah Skintific”**. Skripsi ini ditulis sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) dari Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik di Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyelesaian studi dan penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Uswatun Hasanah, M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Nurul Hidayah, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias, Universitas Negeri Jakarta.
4. Nurina Ayuningtyas, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing I yang telah senantiasa meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing, mengarahkan, serta memotivasi penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Dr. Dwi Atmanto, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah senantiasa meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing, mengarahkan, serta memotivasi penulis dalam proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Pendidikan Tata Rias yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga kepada penulis selama perkuliahan, sehingga dalam penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Seluruh Jajaran Staf Program Studi Pendidikan Tata Rias yang telah membantu dalam pengarahannya segala proses dalam pemberkasan skripsi.
8. Kedua orang tua penulis, Sobri Bawazir dan Hanifah Segeir yang telah membesarkan dan memberikan pelajaran yang tidak terlupakan dengan segala kasih sayang diberikan sedari kecil hingga saat ini, sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Terima kasih atas segala doa dan dukungan baik secara moral dan materil sehingga dapat memotivasi penulis dalam penyusunan skripsi ini. Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan penulis dapatkan adalah semata-mata karena kalian berdua.
9. Kedua adik penulis, Fathi Rayyan dan Luqman Faris atas segala doa dan dukungan sehingga dapat memotivasi penulis dalam penyusunan skripsi agar terselesaikan tepat waktu.
10. Seluruh teman-teman Pendidikan Tata Rias Angkatan 2020 yang telah bersama-sama berjuang dalam masa perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
11. Seluruh pihak dan responden yang telah meluangkan waktu untuk membantu dalam pengisian kuesioner penelitian ini.
12. Diri sendiri yang telah berusaha sekuat tenaga dan bekerja keras dalam menyelesaikan perkuliahan, penelitian, serta penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah bertahan dan selalu berpikir positif di semua keadaan baik maupun buruk, serta terima kasih selalu percaya pada diri sendiri.

Doa dan harapan penulis semoga seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini mendapat balasan oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat terbuka dalam kritik dan saran yang membangun. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat secara akademis dan praktis serta dapat menjadi pengetahuan tambahan bagi penulis khususnya dan para pembaca umumnya.

Jakarta, 10 Juni 2024



Nabila



**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* KOSMETIK PERAWATAN
WAJAH SKINTIFIC**

Nabila

**Dosen Pembimbing: Nurina Ayuningtyas, S.Pd., M.Pd. dan Dr. Dwi
Atmanto, M.Si**

ABSTRAK

Brand image merupakan hal yang penting dalam suatu produk, dengan *brand image* yang baik maka dapat memengaruhi preferensi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Namun pada saat ini reputasi *brand* bukanlah faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan pembelian produk kecantikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap keputusan pembelian *online* kosmetik perawatan wajah Skintific. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 96 responden dengan metode pengambilan sampel berupa *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikansi variabel X dan Y sebesar $0,000 < 0,05$. Pada uji T nilai signifikansi adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $10,328 > t$ tabel 1,98552, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Pada uji koefisiensi determinasi diperoleh nilai koefisiensi determinasi sebesar 0,532 yang berarti pengaruh *brand image* berkontribusi sebesar 53,2% terhadap keputusan pembelian *online* kosmetik perawatan wajah Skintific, sedangkan sisanya sebesar 46,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek (*brand image*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* kosmetik perawatan wajah Skintific.

Kata Kunci: *Citra Merek, Keputusan Pembelian, E-commerce, Kosmetik Perawatan Wajah.*

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE ON ONLINE PURCHASING
DECISIONS FOR SKINTIFIC FACIAL CARE COSMETICS**

Nabila

Supervisor: Nurina Ayuningtyas, S.Pd., M.Pd. and Dr. Dwi Atmanto, M.Si

ABSTRACT

Brand image is important for a product, with a good brand image, it can influence consumer preferences to make purchasing decisions. However, at this time, brand reputation is not the main factor for consumers when considering purchasing beauty products. This study aims to determine the effect of brand image on online purchasing decisions for Skintific facial care cosmetics. This research method uses a quantitative approach with a survey method. Data was collected through questionnaires distributed to 96 respondents with a sampling method in the form of nonprobability sampling with a purposive sampling technique. Based on the simple linear regression test, the significance value of the X and Y variables is $0.000 < 0.05$. In the T test, the significance value is $0.000 < 0.05$ and the t value is $10.328 > t$ table 1.98552, so it can be concluded that H_a is accepted and H_o is rejected. In the Determination Coefficient Test, the coefficient of determination is 0.532, which means that the influence of brand image contributes 53.2% to the online purchasing decision for Skintific facial care cosmetics, while the remaining 46.8% is influenced by other variables not examined in this study. The results showed that brand image has a positive and significant influence on online purchasing decisions for Skintific facial care cosmetics.

Keywords: Brand Image, Purchase Decision, E-commerce, Facial Care Cosmetics.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang Masalah.....	1
1. 2 Identifikasi Masalah	5
1. 3 Pembatasan Masalah	5
1. 4 Rumusan Masalah	5
1. 5 Manfaat Hasil Penelitian	5
BAB II KERANGKA TEORITIK.....	7
2. 1 Keputusan Pembelian <i>Online</i> Kosmetik Perawatan Wajah Skintific....	7
2.1.1 Keputusan Pembelian	7
2.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	8
2.1.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian.....	10
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.1.5 Pembelian <i>Online/Electronic Commerce</i>	15
2.1.6 Kosmetik Perawatan Wajah Skintific	18
2. 2 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	27
2.2.1 Merek (<i>Brand</i>)	27
2.2.2 Strategi Merek	28
2.2.3 Kriteria Elemen Merek	29
2.2.4 <i>Brand Image</i>	30
2.2.5 Faktor Pembentukan <i>Brand Image</i>	31
2.2.6 Komponen <i>Brand Image</i>	32
2.2.7 Indikator <i>Brand Image</i>	33
2. 3 Hasil Penelitian yang Relevan.....	34
2. 4 Kerangka Teoritik.....	40
2. 5 Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3. 1 Tujuan Penelitian.....	42
3. 2 Tempat dan Waktu Penelitian	42
3.2.1 Tempat Penelitian	42
3.2.2 Waktu Penelitian.....	42
3. 3 Metode Penelitian.....	42
3. 4 Populasi dan Sampel	43
3.4.1 Populasi.....	43
3.4.2 Sampel	43
3. 5 Teknik Pengambilan Data	44
3.5.1 Instrumen Variabel Terikat (Y)	45

3.5.1.1 Definisi Konseptual.....	45
3.5.1.2 Definisi Operasional	46
3.5.1.3 Kisi-kisi Instrumen.....	47
3.5.2 Instrumen Variabel Bebas (X)	48
3.5.2.1 Definisi Konseptual.....	48
3.5.2.2 Definisi Operasional	49
3.5.2.3 Kisi-kisi Instrumen.....	50
3.5.3 Jenis Instrumen	51
3.5.4 Pengujian Validitas dan Penghitungan Reliabilitas.....	51
3.5.4.1 Uji Validitas	51
3.5.4.2 Uji Reliabilitas	53
3. 6 Teknik Analisis Data	54
3. 7 Hipotesis Statistika	56
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4. 1 Deskripsi Data	58
4.1.1 Deskripsi Data Karakteristik Responden.....	58
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i> (X)	60
4.1.3 Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian <i>Online</i> Kosmetik Perawatan Wajah Skintific (Y).....	62
4. 2 Pengujian Persyaratan Analisis Data.....	65
4.2.1 Uji Normalitas	65
4.2.2 Uji Linearitas	66
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	67
4. 3 Pengujian Hipotesis	68
4.3.1 Uji Regresi Linear Sederhana	68
4.3.2 Uji T.....	69
4.3.3 Uji Koefisiensi Determinasi (<i>R-Square</i>).....	70
4. 4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	73
5. 1 Kesimpulan.....	73
5. 2 Implikasi	74
5. 3 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	79
RIWAYAT HIDUP	102

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Definisi Konseptual Variabel Y	45
Tabel 3. 2	Definisi Operasional Variabel Y	46
Tabel 3. 3	Kisi-Kisi Instrumen Variabel Y	47
Tabel 3. 4	Definisi Konseptual Variabel X	49
Tabel 3. 5	Definisi Operasional Variabel X	49
Tabel 3. 6	Kisi-Kisi Instrumen Variabel X	50
Tabel 3. 7	Skor Skala Likert	51
Tabel 4. 1	Deskripsi Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4. 2	Deskripsi Data Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	59
Tabel 4. 3	Deskripsi Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4. 4	Analisis Statistik Deskriptif Brand Image	60
Tabel 4. 5	Rata-rata Skor Indikator Brand Image	61
Tabel 4. 6	Kategorisasi Variabel Brand Image	62
Tabel 4. 7	Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian Online Kosmetik Perawatan Wajah Skintific	63
Tabel 4. 8	Rata-rata Skor Indikator Keputusan Pembelian Online Kosmetik Perawatan Wajah Skintific	64
Tabel 4. 9	Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian Online Kosmetik Perawatan Wajah Skintific	65
Tabel 4. 10	Hasil Uji Normalitas Monte Carlo	66
Tabel 4. 11	Hasil Uji Linearitas	67
Tabel 4. 12	Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4. 13	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	68
Tabel 4. 14	Hasil Uji T	69
Tabel 4. 15	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan	8
Gambar 2. 2 Kerangka Teoritik	41
Gambar 4. 1 Grafik Histogram Variabel Brand Image	61
Gambar 4. 2 Grafik Histogram Variabel Keputusan Pembelian Online Kosmetik Perawatan Wajah Skintific.....	63
Gambar 4. 3 Grafik Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Pengesahan Ujian Skripsi.....	79
Lampiran 2	Kuesioner Uji Coba	80
Lampiran 3	Tabulasi Data Kuesioner Uji Coba Variabel X	86
Lampiran 4	Tabulasi Data Kuesioner Uji Coba Variabel Y	86
Lampiran 5	Uji Validitas Variabel X	87
Lampiran 6	Uji Reliabilitas Variabel X	88
Lampiran 7	Uji Validitas Variabel Y	89
Lampiran 8	Uji Reliabilitas Variabel Y	90
Lampiran 9	Kuesioner Penelitian	91
Lampiran 10	Tabulasi Data Variabel X	97
Lampiran 11	Tabulasi Data Variabel Y	98
Lampiran 12	Analisis Statistik Deskriptif	99
Lampiran 13	Kategorisasi Variabel X	99
Lampiran 14	Kategorisasi Variabel Y	99
Lampiran 15	Uji Normalitas	100
Lampiran 16	Uji Linearitas	100
Lampiran 17	Uji Heteroskedastisitas	100
Lampiran 18	Uji Regresi Linear Sederhana	101
Lampiran 19	Uji T	101
Lampiran 20	Uji Koefisiensi Determinasi (R-Square).....	101