

SKRIPSI

**PENGARUH DUTA MEREK GRUP MUSIK WANITA KOREA
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KECANTIKAN LOKAL
(Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri
Jakarta Tahun Angkatan 2019 – 2021)**



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

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Duta Merek Grup Musik Wanita Korea dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Lokal (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta Tahun Angkatan 2019 – 2021)"
Penyusun : Amalia Salsa Nabila
NIM : 1516619043

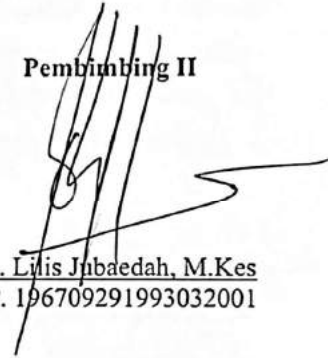
Disetujui oleh:

Pembimbing I



Sri Irtawidjajanti, M.Pd.
NIP. 197009272002122001

Pembimbing II



Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes
NIP. 196709291993032001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias



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

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Duta Merek Grup Musik Wanita Korea dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Lokal (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta Tahun Angkatan 2019 – 2021)

Penyusun : Amalia Salsa Nabila

NIM : 1516619043

Tanggal Ujian : Selasa, 23 Juli 2024


Disetujui oleh:

Pembimbing I



Sri Irtawidjajanti, M.Pd.
NIP. 197009272002122001

Pembimbing II



Dra. Liris Julcaedah, M.Kes
NIP. 196709291993032001

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi

Ketua Penguji



Titin Supiani, M.Pd
NIP. 197101011997022001

Penguji 1



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

Penguji 2



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

**Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias**



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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan 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, 29 Maret 2024
Yang membuat pernyataan



Amalia Salsa Nabila
No. Reg 1516619043

LEMBAR PUBLIKASI



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 : Amalia Salsa Nabila
NIM : 1516619043
Fakultas/Prodi : Teknik/Pendidikan Tata Rias
Alamat email : amalianabila@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 Duta Merek Grup Musik Wanita Korea dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Lokal

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, 30 Juli 2024

Penulis

(Amalia Salsa Nabila)

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **"Pengaruh Duta Merek Grup Musik Wanita Korea dan Cita Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Lokal (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta Tahun Angkatan 2019 – 2021)"** guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana program studi Pendidikan Tata Rias.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak dapat selesai dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu, oleh karena itu pada kesempatan ini ucapan terima kasih yang sangat dalam diberikan 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, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing Akademik.
4. Sri Irtawidjajanti, M.Pd. selalu Dosen Pembimbing Materi yang senantiasa telah meluangkan waktu dan pikiran dalam mengarahkan saya selama penyusunan skripsi ini.
5. Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes. selaku Dosen Pembimbing Metodologi yang senantiasa telah meluangkan waktu dan pikiran dalam mengarahkan saya selama penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh jajaran dosen dan staff Pendidikan Tata Rias, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan hingga tugas akhir skripsi.
7. Orang tua tercinta serta seluruh keluarga yang telah memberikan doa baik, serta dukungan moral ataupun materi
8. Teman teman dari prodi Pendidikan Tata Rias 2019 yang senantiasa mendengarkan keluh kesah saya, memberi dukungan, motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan baik isi maupun susunannya. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis namun bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan dalam penulisan skripsi ini

Jakarta, 29 Maret 2024

Penyusun,

(Amalia Salsa Nabila)

**PENGARUH DUTA MEREK GRUP MUSIK WANITA KOREA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KECANTIKAN LOKAL (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias
Universitas Negeri Jakarta Tahun Angkatan 2019 – 2021)**

Amalia Salsa Nabila

**Dosen Pembimbing: Sri Irtawidjajanti, M.Pd. dan Dra. Lilis Jubaedah,
M.Kes.**

ABSTRAK

Fenomena *Korean wave* saat ini telah menjadi sebuah trend dalam memanfaatkan strategi pemasaran. Banyaknya produk kecantikan di Indonesia yang telah menggunakan duta merek dari Korea Selatan. Produk kecantikan (S) sendiri telah menggunakan duta merek dengan memilih grup musik wanita (T) asal Korea Selatan. Selebritis Korea mempunyai citra yang dikenal akan kesehatan kulit sehingga masyarakat dapat percaya bahwa produk kecantikan yang dipromosikannya memiliki khasiat yang bagus untuk kulit. Grup musik wanita (T) dinilai mampu mengangkat pamor merek produk kecantikan (S). Hal ini dapat memperluas jangkauan aktivitas pemasaran juga keputusan pembelian produk kecantikan (S). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh duta merek grup musik wanita Korea dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kecantikan pada mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta tahun angkatan 2019 – 2021. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menjawab hipotesis 1.) terdapat pengaruh yang signifikan duta merek (X1) terhadap keputusan pembelian produk kecantikan lokal (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai $Sig=0,04 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($4,142 > 1,66071$). 2.) terdapat pengaruh yang signifikan citra merek (X2) terhadap keputusan pembelian produk kecantikan lokal (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai $Sig=0,04 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($6,522 > 1,66071$). 3.) terdapat pengaruh yang signifikan duta merek (X1) dan citra merek (X2) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk kecantikan lokal (Y). Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai $Sig = 0,00 < 0,05$ dan nilai $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ ($194,751 > 4,74$). Hasil dari analisis regresi linier diperoleh persamaan $Y=16,774+0,559 X1+0,846 X2$. Pada uji koefisien determinasi didapatkan hasil sebesar 0,797 yang berarti duta merek dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 80,1%. Sisanya sebesar 19,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian

Kata Kunci: Duta Merek, Citra Merek, Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR KPOP FEMALE MUSIC GROUP AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS FOR BEAUTY PRODUCTS (Study on Cosmetology Education Students of Jakarta State University Class of 2019 – 2021)

Amalia Salsa Nabila

Supervisor: Sri Irtawidjajanti, M.Pd. and Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes.

ABSTRACT

The Korean wave phenomenon has now become a trend in utilizing marketing strategies. It can be seen by the number of beauty products in Indonesia that have been using brand ambassadors from South Korea. For the record, beauty product (S) itself has chosen a female music group (T) from South Korea as its brand ambassador. Korean celebrities have a well-known image for their healthy skin and therefore society can believe that the beauty products they promote have good properties for the skin. The female music group (T) is considered to be able to lift the beauty product brand (S). This can expand the range of marketing activities as well as purchasing decisions for beauty products (S). This study aims to determine how much influence brand ambassador and brand image on purchase decisions beauty products in Cosmetology Education students of Jakarta State University Class of 2019 – 2021. This research is quantitative. The result of this study answer hypothesis 1.) there is a significant influence of brand ambassador (X1) on purchase decisions beauty products (Y). This is evidenced by the value of $Sig=0,04 < 0,05$ and $t \text{ count} > t \text{ table} = (4,142 > 1,66071)$ 2.) there is a significant influence of brand image (X2) on purchase decisions beauty products (Y). This is evidenced by the value $Sig=0,04 < 0,05$ and $t \text{ count} > t \text{ table} = (6,522 > 1,66071)$ 3.) there is a significant influence of brand ambassador and brand image together on purchase decisions. This is evidenced by the acquisition of $Sig = 0,00 < 0,05$ and calculated $f \text{ count} > f \text{ table} (194,751 > 4,74)$. The resultsof the linear regression analysis obtained the equation $Y=16,774+0,559 X1+0,846 X2$. In the coefficient of determination test, a result of 0,797 was obtained, which means that brand ambassador and brand image plays a role of 80,1% purchase decisions beauty products. The remaining 19,9% was influenced by other factors outside the study

Keywords: Brand Ambassador, Brand Image, Purchase Decisions

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Perumusan Masalah	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORITIK	8
2.1 Deskripsi Konseptual	8
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.2 Produk Kecantikan	14
2.1.3 Tentang Produk Kecantikan (S).....	16
2.1.4 Duta Merek.....	18
2.1.5 Citra Merek	21
2.1.6 Grup Musik Wanita (T).....	24
2.2 Penelitian Relevan.....	26
2.3 Kerangka Teoritik	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODOOGI PENELITIAN	31
3.1 Tujuan Penelitian.....	31
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
3.3 Metode Penelitian.....	31
3.4 Populasi dan Sampel.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Definisi Konseptual.....	33
3.7 Definisi Operasional.....	34
3.8 Instrumen Penelitian.....	35
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.9.1 Uji Validitas	37
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.10 Uji Persyaratan Analisis Data	39
3.10.1 Uji Normalitas	39
3.10.2 Uji Multikolinieritas	40
3.10.3 Uji Heteroskedastistas.....	40

3.11 Analisis Regresi Berganda.....	40
3.11.1 Uji t	41
3.11.2 Uji F	41
3.11.3 Koefisien Determinasi	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Deskripsi Data.....	43
4.1.1 Data Prilaku Keputusan Pembelian (Y)	43
4.1.2 Data Duta Merek (X1).....	44
4.1.3 Data Citra Merek (X2)	45
4.2 Uji Persyaratan Analisis Data	47
4.2.1 Uji Normalitas	47
4.2.2 Uji Multikolinearitas	47
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48
4.3 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	49
4.3.1 Uji t.....	50
4.3.2 Uji F.....	51
4.3.3 Koefisien Determinasi.....	52
4.3.4 Variabel yang Paling Berpengaruh	52
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Implikasi.....	55
5.3 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	61
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	89

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
1.1	Selebritis Korea yang Menjadi Duta Merek Produk Kecantikan Lokal	3
3.1	Alternatif Jawaban Skala Likert	35
3.2	Kisi – Kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Y)	35
3.3	Kisi – Kisi Instrumen Duta Merek (X1)	36
3.4	Kisi – Kisi Instrumen Citra Merek (X2)	37
3.5	Daftar Koefisien Reliabilitas	39
3.6	Hasil Uji Reliabilitas	39
4.1	Deskripsi Data Prilaku Keputusan Pembelian	43
4.2	Rata-Rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian	44
4.3	Deskripsi Data Duta Merek	45
4.4	Rata-Rata Hitung Skor Indikator Duta Merek	45
4.5	Deskripsi Data Citra Merek	46
4.6	Rata-Rata Hitung Skor Indikator Citra Merek	46
4.7	Hasil Uji Normalitas	47
4.8	Hasil Uji Multikolinearitas	48
4.9	Hasil Uji Heteroskedasitas	49
4.10	Hasil Analisis Regresi Berganda	49
4.11	Hasil Uji t	50
4.12	Hasil Uji f	51
4.13	Hasil Koefisien Determinasi	52
4.14	Variabel yang Paling Berpengaruh	52

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
1.1	Sales Quantity Kategori FMCG di Semester 1 Tahun 2022	1
2.1	Proses Keputusan Pembelian	14
2.2	Produk Kecantikan (S)	16
2.3	<i>Brand Skincare</i> Lokal Terlaris di <i>Online Marketplace</i>	17
2.4	Merek Produk Perawatan Tubuh Terlaris di Indonesia	18
2.5	Grup Musik Wanita (T)	25
2.6	Kerangka Berpikir	29



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Pernyataan Seminar Proposal	62
2	Kisi – Kisi Instrumen Uji Coba	63
3	Kuesioner Uji Coba	65
4	Kisi-Kisi Intrumen Penelitian	72
5	Kuesioner Penelitian	74
6	Data Instrumen Uji Coba	80
7	Uji Reliabilitas Data Uji Coba	83
8	Data Instrumen Penelitian Lapangan	84
9	Perhitungan Uji Prasyarat Analisis	87
10	Perhitungan Analisis Statistik	88

