

SKRIPSI

**PENGARUH *BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOSMETIK MATA MEREK X PADA
EKSTRASKILL KECANTIKAN SMA YAPPENDA**



GALOH PUSPITA SARI

1516621002

**PENDIDIKAN TATA RIAS
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

202

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Branding Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Mata Merek X Pada Ekstraskill Kecantikan SMA Yappenda

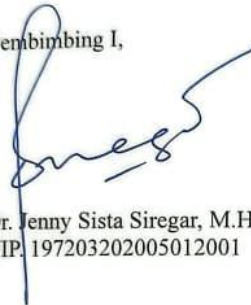
Penyusun : Galoh Puspita Sari

NIM : 1516621002

Tanggal Ujian : 22 Juli 2025

Disetujui oleh:

Pembimbing I,



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

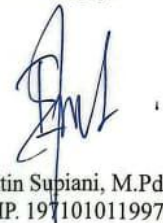
Pembimbing II,



Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes
NIP. 196709291993032001

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi:

Ketua Penguji,



Titin Supiani, M.Pd
NIP. 197101011997022001

Anggota Penguji I,



Dr. Aniesa Puspa Arum, M.Pd
NIP. 198802102023212043

Anggota Penguji II,



Nurina Ayuningtyas, M.Pd
NIP. 198506162015042001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias



Dr. Nurul Hidayah, M.Pd
NIP. 198309272008122001

LEMBAR PERNYATAAN

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, 15 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



GALOH PUSPITA SARI

1516621002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
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 : Galoh Puspita Sari
NIM : 1516621002
Fakultas/Prodi : Teknik/Pendidikan Tata Rias
Alamat email : galuhps98@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 *Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Mata Merek X Pada *Ekstraskill*

Kecantikan SMA Yappenda

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, 7 Agustus 2025

Penulis

(Galoh Puspita Sari)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang, karena berkat limpahan rahmat, nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Mata Merek X Pada *Ekstraskill* Kecantikan SMA Yappenda”.

Skripsi ini tidaklah terwujud dengan baik tanpa adanya bimbingan dorongan, saran dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, Apt., M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Pd selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum. & Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes. selaku Dosen Pembimbing I dan II yang saya hormati. Terima kasih sudah sabar dalam memberikan saya bimbingan, arahan dan dukungan untuk selalu berprogres dalam penyusunan skripsi.
4. Seluruh dosen dan staff administrasi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan begitu banyak ilmu pengetahuan, pengalaman, dukungan dan pelayanan selama perkuliahan.
5. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Sukarto & Ibu Yatini. Terima kasih atas kasih sayangnya untuk membesarkan, mendidik, membimbing, dan selalu memberikan doa, serta dukungan materi maupun moral kepada saya.
6. Kakak-kakak saya, Mas Riko, Mas Rohmat, Mba Fitri, dan keponakan saya, Muhammad Raya. Terima kasih telah memberikan bantuan dan dukungan agar saya semangat dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi.
7. Pihak SMA Yappenda, Kepala Sekolah, Wakil Humas, serta Bunda Eva selaku guru pamong yang telah memberikan saya izin untuk melakukan penelitian.
8. Sahabat seperjuangan di bangku perkuliahan yang selalu membersamai, yaitu Citra, Ria, Keyza, Aldisa, dan Defina yang selalu mendukung, memberikan doa, dan mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Rias 2021 dan semua pihak yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per-satu.
10. Muhammad Tulus. Terima kasih atas karya-karya musiknya yang telah menjadi teman setia dan sumber semangat dalam setiap proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari skripsi ini, baik dari materi maupun teknik penyajiannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan kedepannya. Diharapkan skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat serta menjadi sumber referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Tata Rias.

Jakarta, 10 Juli 2025

Galoh Puspita Sari

PENGARUH *BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MATA MEREK X PADA *EKSTRASKILL* KECANTIKAN SMA YAPPENDA

Galoh Puspita Sari

Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum. dan Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes

ABSTRAK

Pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Dengan semakin ketatnya persaingan industri kosmetik, strategi *branding* menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *branding* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik mata merek Pinkflash pada siswi *ekstraskill* kecantikan di SMA Yappenda Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei dan desain penelitian *cross-sectional*. Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu responden yang pernah membeli produk kosmetik mata merek Pinkflash. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana, uji koefisien korelasi (uji T), dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik mata merek Pinkflash sebesar 78,2%. Dengan demikian, elemen-elemen *branding* seperti nama merek, logo, *tagline*, desain kemasan, dan maskot memiliki peran penting dalam mendorong keputusan pembelian di kalangan remaja.

Kata Kunci: *Branding*, Keputusan Pembelian, Kosmetik Mata, Pinkflash

THE INFLUENCE OF BRANDING ON PURCHASE DECISIONS OF EYE COSMETICS BRAND X AMONG BEAUTY EXTRASKILL STUDENTS SMA YAPPENDA

Galoh Puspita Sari

Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum. and Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes

ABSTRACT

The cosmetic industry in Indonesia has experienced significant growth. With increasing competition in the cosmetic sector, branding strategy has become one of the crucial factors influencing purchase decisions. This study aims to determine the influence of branding on the purchase decision of Pinkflash eye cosmetic products among beauty extracurricular students at SMA Yappenda Jakarta. This research uses a quantitative method with a survey approach and a cross-sectional design. The sample was selected using purposive sampling, targeting respondents who have previously purchased Pinkflash eye cosmetic products. The instrument used was a Likert-scale questionnaire. Data analysis techniques included simple linear regression, correlation coefficient test (t-test), and coefficient of determination test. The results showed that branding has a positive and significant influence on the purchase decision of Pinkflash eye cosmetic products, with an influence rate of 78.2%. Therefore, branding elements such as brand name, logo, tagline, packaging design, and mascot play an important role in encouraging purchase decisions among teenagers.

Keywords: Branding, Purchase Decision, Eye Cosmetics, Pinkflash.

DAFTAR ISI

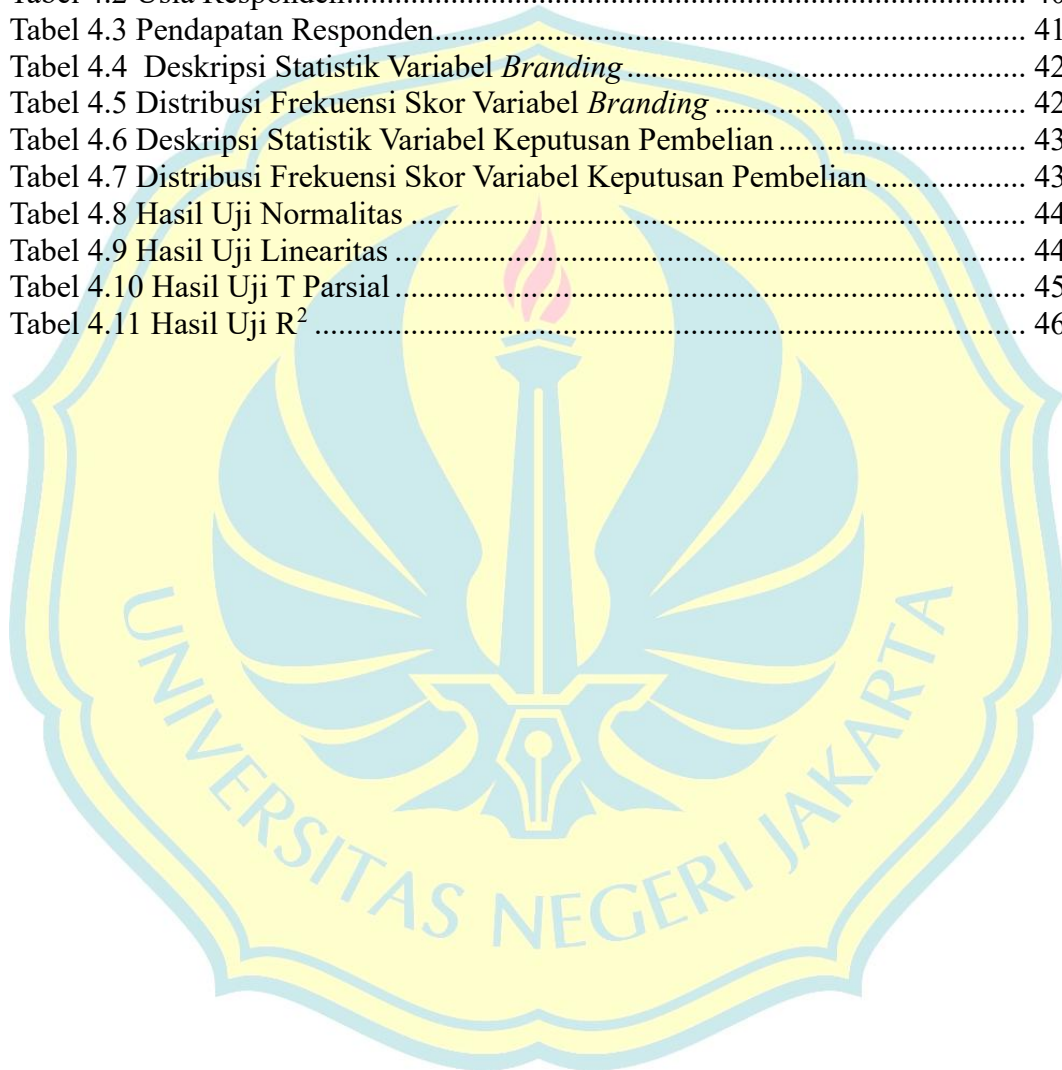
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Perumusan Masalah	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORITIK	7
2.1 Hakikat Keputusan Pembelian Kosmetik Mata Merek X.....	7
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	7
2.1.2 Struktur Keputusan Pembelian.....	8
2.1.3 Proses Keputusan Pembelian	8
2.1.4 Definisi Kosmetik	12
2.1.5 Kosmetik Mata	15
2.1.6 Kosmetik Mata Merek X	17
2.1.7 <i>Ekstraskill</i> Kecantikan SMA Yappenda	21
2.2 Hakikat <i>Branding</i>	22
2.2.1 Definisi <i>Branding</i>	22
2.2.2 Strategi <i>Branding</i>	23
2.2.3 Elemen <i>Branding</i>	24
2.2.4 <i>Branding</i> Merek X	26
2.3 Penelitian yang Relevan.....	28
2.4 Kerangka Berpikir.....	29
2.5 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Tujuan Penelitian	30
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
3.3 Metode dan Desain Penelitian	30
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Instrumen Penelitian	33
3.7 Uji Coba Instrumen.....	35
3.8 Teknik Analisis Data	37
3.9 Hipotesis Statistik	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Deskripsi Data.....	40
4.2 Pengujian Persyaratan Analisis Data.....	44

4.3 Pengujian Hipotesis	45
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Implikasi	48
5.3 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	53
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	78



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Proses Keputusan Pembelian	9
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis <i>Branding</i> dan Keputusan Pembelian.....	29
Tabel 3.1 Perhitungan Populasi Siswi kelas 10-12.....	31
Tabel 3.2 Skala Likert	34
Tabel 3.3 Kisi-kisi instrumen variabel X (<i>Branding</i>)	34
Tabel 3.4 Kisi-kisi instrumen variabel Y (Keputusan Pembelian).....	35
Tabel 4.1 Kelas Responden.....	40
Tabel 4.2 Usia Responden.....	40
Tabel 4.3 Pendapatan Responden.....	41
Tabel 4.4 Deskripsi Statistik Variabel <i>Branding</i>	42
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Skor Variabel <i>Branding</i>	42
Tabel 4.6 Deskripsi Statistik Variabel Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Skor Variabel Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas	44
Tabel 4.10 Hasil Uji T Parsial	45
Tabel 4.11 Hasil Uji R^2	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Top 10 Brand Kosmetik Bulan Ramadhan 2024.....	2
Gambar 2.1 <i>Eyeline</i> Merek X.....	18
Gambar 2.2 <i>Eyeshadow</i> Merek X.....	19
Gambar 2.3 <i>Eyebrow</i> Merek X.....	20
Gambar 2.4 Maskara Merek X.....	21
Gambar 2.5 Maskot Merek X.....	27
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Grafik Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian ke SMA Yappenda.....	54
Lampiran 2 Hasil Pra Penelitian	55
Lampiran 3 Surat Permohonan Uji Validitas & Reliabilitas ke SMK Negeri 12 Jakarta	56
Lampiran 4 Dokumentasi Uji Validitas & Reliabilitas	57
Lampiran 5 Kuesioner Penelitian.....	58
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas.....	61
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	65
Lampiran 8 Hasil Jawaban Responden	66
Lampiran 9 Data Responden.....	71
Lampiran 10 Sebaran Skor.....	73
Lampiran 11 Hasil Skor Indikator.....	74
Lampiran 12 Hasil Menggunakan SPSS 27.0.....	75
Lampiran 13 Perhitungan T Tabel.....	76
Lampiran 14 Surat Keterangan Selesai Melaksanakan Penelitian.....	77

