

SKRIPSI
PENGARUH PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SETTING SPRAY*
MEREK X PADA MAHASISWA TATA RIAS UNIVERSITAS
NEGERI JAKARTA



Luthfia Diva Maharani
1516622026

PROGRAM STUDI
S1 PENDIDIKAN TATA RIAS
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2026

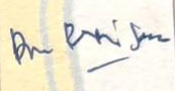
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Luthfia Diva Maharani
NIM : 1516622026
Program Studi/Fakultas : Pendidikan Tata Rias / Teknik
Judul Penelitian : Pengaruh Promosi dan *Brand image* terhadap Keputusan
Pembelian Produk *Setting spray* Merek X pada Mahasiswa
Tata Rias Universitas Negeri Jakarta

ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan **Lulus** / *Tidak Lulus*)*
Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 7 Juli 2026

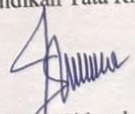
Tim Penguji,

Ketua Penguji	dr. Elvyra Yulia, Sp.Ak.	
Anggota Penguji (Penguji 1)	Dian Pertiwi Josua, M.Si	
Anggota Penguji (Penguji 2)	Sri Irtawidjajanti, M.Pd	
Anggota Penguji (Pembimbing 1)	Dr. Nurul Hidayah, M.Pd	
Anggota Penguji (Pembimbing 2)	Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik



Koordinator Program Studi
Pendidikan Tata Rias


Dr. Nurul Hidayah, M.Pd
NIDN. 0027098302

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, 20 Mei 2026

Yang membuat pernyataan,



Luthfia Diva Maharani

NIM 1516622026

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

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 : Luthfia Diva Maharani
NIM : 1516622026
Fakultas/Prodi : Teknik/Pendidikan Tata Rias
Alamat email : luthfiadivamaharani@gmail.com

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

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

yang berjudul :

Pengaruh Promosi dan *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Setting spray* Merek X pada Mahasiswa Tata Rias Universitas Negeri Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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, 31 Juli 2026

Penulis

(Luthfia Diva Maharani)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi dan *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Setting spray* Merek X pada Mahasiswa Tata Rias Universitas Negeri Jakarta”.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa prosesnya tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, saran, serta dukungan 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, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias serta selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk menyusun skripsi serta memberikan saya bimbingan, arahan dan dukungan untuk selalu berprogres dalam penyusunan skripsi.
3. Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes., selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih sudah sabar dalam memberikan saya bimbingan, arahan dan dukungan 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. Terima kasih karena senantiasa memberikan doa, dukungan moral, perhatian, serta pengorbanan yang tidak ternilai. Segala pencapaian yang penulis raih tidak lepas dari kasih sayang dan ketulusan orang tua yang selalu mengiringi setiap langkah penulis.
6. Kepada saudara saya, Mas Rangga. Terima kasih sudah memberikan semangat, motivasi, serta dukungan baik secara langsung maupun tidak selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
7. Kepada sahabat-sahabat jauh saya, Intan, Anggi, Bina, Iren, Rika, Diska, Laila, dan Nabila. Terimakasih atas kebersamaan, dukungan, serta semangat yang selalu diberikan meski jauh dari penulis. Kehadiran kalian menjadi penyemangat dan penguat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat seperjuangan di bangku perkuliahan yang selalu kebersamai, Gea, Sipa, Stephanie, Amel, Sukma, Nanda, Cika, Syifa, Cinta, dan Janice yang selalu mendukung, memberikan doa, dan mendengarkan keluh kesah penulis selama penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Rias 2022 dan semua pihak yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
10. Pemilik nama Frank Edwin Liemer, yang senantiasa memberikan dukungan, kesabaran, perhatian, serta semangat dalam proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran, doa, dan pengertian yang diberikan menjadi sumber kekuatan bagi penulis, terutama di saat menghadapi kelelahan dan kesulitan

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak luput dari kekurangan baik dari segi penyusunan, Bahasa, ataupun penulisannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik, dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca, khususnya di bidang Tata Rias.

Jakarta, 12 Mei 2026

Luthfia Diva Maharani



**PENGARUH PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SETTING SPRAY MEREK X PADA
MAHASISWA TATA RIAS UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Luthfia Diva Maharani

Dosen Pembimbing : Dr. Nurul Hidayah, S.Pd., M.Pd. dan

Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes.

ABSTRAK

Seiring dengan tingginya persaingan dalam industri kosmetik, setiap merek dituntut memiliki strategi yang efektif untuk memperkenalkan dan mempertahankan produknya di pasar. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kesenjangan antara persepsi positif mahasiswa Tata Rias Universitas Negeri Jakarta terhadap promosi Dazzle Me dengan preferensi pembelian yang lebih tinggi terhadap merek lain. Tujuan penelitian adalah menguji pengaruh promosi dan *brand image* terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun simultan, serta mengidentifikasi variabel yang paling dominan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif asosiatif dengan desain survei. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta. Sampel berjumlah 96 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian berupa kuesioner skala Likert. Teknik analisis data meliputi uji regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Brand image* juga berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi variabel paling dominan dengan koefisien regresi sebesar 0,990. Secara simultan, promosi dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi gabungan sebesar 73,2%. Berdasarkan temuan tersebut, disimpulkan bahwa promosi dan *brand image* merupakan faktor determinan dalam keputusan pembelian. Namun, perusahaan disarankan memprioritaskan penguatan citra merek sebagai faktor determinan utama melalui peningkatan kualitas produk, sertifikasi halal, serta kolaborasi dengan praktisi tata rias profesional.

Kata Kunci: Promosi, *Brand image*, Keputusan Pembelian, Dazzle Me

The Influence of Promotion and Brand Image on Purchase Decision of Setting Spray Products Brand X Among Cosmetology Students at Jakarta State University.

Luthfia Diva Maharani

Supervisors : Dr. Nurul Hidayah, S.Pd., M.Pd. dan

Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes.

ABSTRACT

Amidst the intense competition in the cosmetic industry, every brand is required to have an effective strategy to introduce and maintain its products in the market. This research is motivated by the gap between the positive perception of Dazzle Me's promotion among Cosmetology Education students at Universitas Negeri Jakarta and their higher purchase preference for other brands. The study aims to examine the partial and simultaneous effects of promotion and brand image on purchase decisions, as well as to identify the most dominant variable. The research employed a quantitative associative approach with a survey design. The population consisted of all students of the Cosmetology Education Study Program at Universitas Negeri Jakarta. A sample of 96 respondents was determined using the Lemeshow formula with purposive sampling technique. The research instrument was a Likert scale questionnaire. Data analysis techniques included multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results showed that promotion has a positive and significant effect on purchase decisions. Brand image also has a positive and significant effect and is the most dominant variable with a regression coefficient of 0.990. Simultaneously, promotion and brand image have a significant effect on purchase decisions with a combined contribution of 73.2%. Based on these findings, it is concluded that promotion and brand image are determinant factors in purchase decisions. However, the company is advised to prioritize strengthening brand image as the main determinant factor through improving product quality, obtaining halal certification, and collaborating with professional cosmetology practitioners.

Keywords: Promotion, Brand Image, Purchase Decision, Dazzle Me

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
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	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Perumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Hakikat Keputusan Pembelian Produk <i>Setting spray</i> Merek X	10
2.1.2 Promosi	23
2.1.3 <i>Brand image</i>	28
2.2 Penelitian yang Relevan	31
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Tempat, Waktu, dan Subjek Penelitian	37
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
3.3 Variabel Penelitian.....	39
3.4 Metode, Rancangan, dan Prosedur Penelitian	41
3.5 Instrumen Penelitian	42

3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.7	Teknik Analisis Data.....	47
3.8	Hipotesis Statistik.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Deskripsi Data	52
4.2	Pengujian Persyaratan Analisis.....	61
4.3	Pengujian Hipotesis	63
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	67
BAB V KESIMPULAN.....		71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Implikasi	72
5.3	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....		74
LAMPIRAN.....		77
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		102

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	42
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Variabel X1 (Promosi).....	43
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Variabel X2 (<i>Brand image</i>).....	44
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	45
Tabel 4. 1 Angkatan Responden.....	52
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	53
Tabel 4. 3 Pendapatan Responden.....	54
Tabel 4. 4 Deskripsi Statistik Variabel Promosi.....	55
Tabel 4. 5 Deskripsi Statistik Variabel <i>Brand image</i>	57
Tabel 4. 6 Deskripsi Statistik Variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolineritas.....	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji T Parsial	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji F Hitung	66
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk <i>Setting spray</i> dengan Penjualan Terbanyak di Shopee Indonesia	2
Gambar 1. 2 Merek <i>Setting spray</i> yang digemari mahasiswa tata rias UNJ	5
Gambar 2. 1 <i>Setting spray</i> Merek X varian Dewy Fix.....	20
Gambar 2. 2 <i>Setting spray</i> Merek X varian Matte Fix.....	20
Gambar 2. 3 <i>Setting spray</i> Merek X varian Acne Sooting	21
Gambar 2. 4 Cuplikan Promosi Produk Dazzle Me Indonesia dari Instagram	27
Gambar 2. 5 <i>Brand image</i> Components.....	31
Gambar 2. 6 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	42
Gambar 4. 1 Grafik Histogram Variabel X1 Promosi.....	56
Gambar 4. 2 Grafik Histogram Variabel X2 <i>Brand image</i>	58
Gambar 4. 3 Grafik Histogram Variabel Y Keputusan Pembelian.....	61
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Permasalahan pada Survey Data Awal	78
Lampiran 2 Kuesioner penelitian	79
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	84
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	90
Lampiran 5 Hasil Output SPSS Validalitas	92
Lampiran 6 Output Hasil Reliabilitas	95
Lampiran 7 Hasil Output SPSS Profil Responden	96
Lampiran 8 Hasil Output SPSS Distribusi Frekuensi	97
Lampiran 9 Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik	100
Lampiran 10 Hasil Output SPSS Uji Hipotesis	101

