

## HALAMAN MOTTO

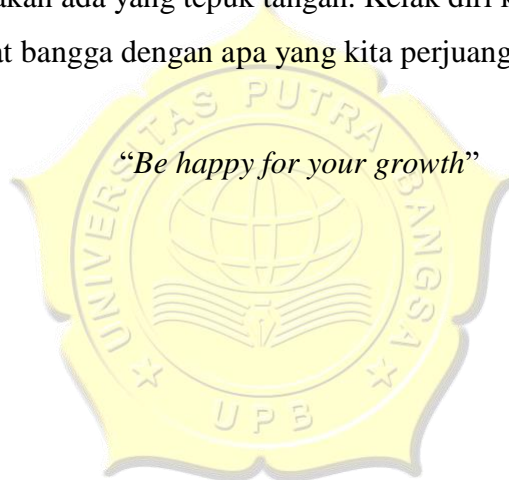
“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya,  
Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa)  
dari (kejahatan) yang diperbuatnya.”

(Q.S Al-Baqarah : 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah, 94 : 5-6)

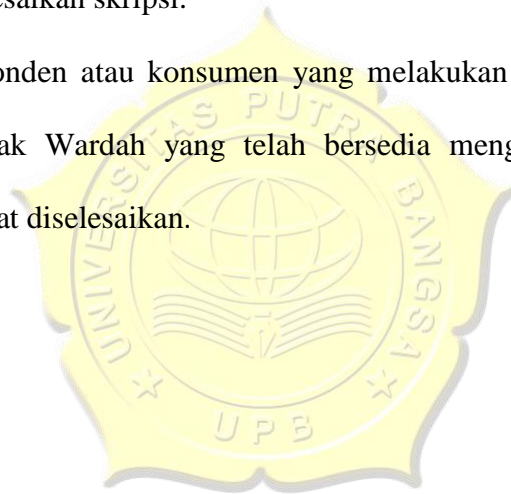
“Orang lain tidak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin  
tau hanya bagian *success storiesnya* saja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri  
meskipun ngga akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan  
sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda terima kasih yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tua penulis Bapak Akhmad Arbangi dan Ibu Suparti serta kakak dan adik penulis yang senantiasa mendoakan, dan memberikan dukungan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Joko Fitra, MSc., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, arahan, perhatian dan kesabaran yang selama ini diberikan kepada penulis.
3. Segenap teman-teman dan sahabat saya yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh responden atau konsumen yang melakukan pembelian pada produk kosmetik bedak Wardah yang telah bersedia mengisi kuesioner sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.



## ABSTRAKSI

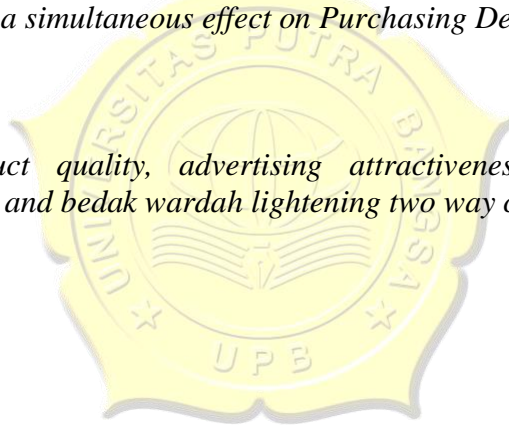
Seiring perkembangan zaman menyebabkan masyarakat semakin memperhatikan penampilan. Perawatan kecantikan dengan menggunakan kosmetik menjadi salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi konsumen wanita, hal tersebut dapat dilihat dari semakin meningkatnya penjualan kosmetik di Indonesia dari tahun ke tahun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, daya tarik iklan, dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik bedak Wardah *lightening two way cake* di Kebumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian bedak Wardah *lightening two way cake* di Kebumen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan angket/kuesioner. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik analisis data yang digunakan antara lain uji instrument yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji f dan koefisien determinasi. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS *for Windows version 25.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, (2) Daya Tarik Iklan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, (3) *Brand Ambassador* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, (4) Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan *Brand Ambassador* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: kualitas produk, daya tarik iklan, *brand ambassador*, keputusan pembelian dan wardah *lightening two way cake*.

## **ABSTRACTION**

*As time goes by, people are increasingly paying attention to their appearance. Beauty care using cosmetics is a very important need for female consumers, this can be seen from the increasing sales of cosmetics in Indonesia from year to year. This research aims to determine the influence of product quality, advertising attractiveness, and brand ambassador on purchasing decisions for Wardah lightening two way cake powder cosmetic products in Kebumen. This research is quantitative research. The population in this study were consumers who purchased Wardah lightening two way cake powder in Kebumen. The sample used in this research was 100 respondents. The instrument or data collection tool in this research is using a questionnaire. Data analysis tools used in this study is using multiple linear regression analysis. Data analysis techniques used include instrument test consisting of validity test and reliability test, classical assumption test consisting of multicollinearity test, heteroscedasticity test and normality test, multiple linear regression test and hypothesis test consisting of t test, f test and coefficient of determination. Data processing tools using SPSS for Windows version 25.0. The results showed that: (1) Product Quality has a positive effect on Purchasing Decisions, (2) Advertising Attractiveness has a positive effect on Purchasing Decisions, (3) Brand Ambassador has no effect on Purchasing Decisions, (4) Product Quality, Advertising Attractiveness and Brand Ambassador have a simultaneous effect on Purchasing Decisions.*

*Keywords: product quality, advertising attractiveness, brand ambassador, purchase decision and bedak wardah lightening two way cake.*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK WARDAH *LIGHTENING TWO WAY CAKE*”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S-1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat pada bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta beberapa bantuan literatur, namun penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini tentulah masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis dan oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan karya penulis di masa yang akan datang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang selalu memberikan bantuan baik fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Joko Fitra, M.Sc., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
4. Kedua orang tua tercinta, Bapak Akhmad Arbangi dan Ibu Suparti yang tidak pernah lelah memberikan semangat, do"aa dan dukungan penuh sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Semua responden yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk mengisi data yang sangat membatu keberlangsungan penulisan skripsi ini.
6. Semua rekan mahasiswa Universitas Putra Bangsa selaku teman seperjuangan.
7. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi dari awal sampai akhir yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang telah membantu, memotivasi, memberikan bantuan, bimbingan dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menambah Pustaka keilmuwan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	10
1.3. Batasan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II.....	17
KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1. Tinjauan Teori .....	17
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	17

2.1.2.	Kualitas Produk.....	22
2.1.3.	Daya Tarik Iklan .....	28
2.1.4.	<i>Brand Ambassador</i> .....	33
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	39
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	44
2.4.	Model Empiris .....	45
2.5.	Hipotesis .....	46
BAB III.....		48
METODE PENELITIAN.....		48
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian .....	48
3.2.	Variabel Penelitian .....	48
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	57
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data.....	58
3.6.	Populasi dan Sampel.....	61
3.7.	Teknik Analisis.....	63
BAB IV .....		74
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		74
4.1.	Deskriptif Objek Penelitian .....	74
4.2	Analisis Deskriptif.....	77
4.3	Analisis Statistik.....	80
4.4	Pembahasan .....	93
BAB V.....		98
SIMPULAN .....		98
5.1.	Simpulan.....	98



5.2. Keterbatasan .....	99
5.3. Implikasi.....	99
5.3.1 Implikasi Praktis .....	99
5.3.2 Implikasi Teoritis .....	102
DAFTAR PUSTAKA .....	106
LAMPIRAN.....	104



## DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Top Brand Awards Kategori Bedak Padat Tahun 2021-2023.....	3
Tabel I - 2 Survey Pengguna Bedak Padat Pada Masyarakat Kebumen.....	4
Tabel I - 3 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bedak Wardah Lightening Two Way Cake. ....	6
Tabel II - 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	42
Tabel III - 1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian .....	51
Tabel III - 2 Indikator dan Distribusi Variabel Kualitas Produk .....	53
Tabel III - 3 Indikator dan Distribusi Daya Tarik Iklan.....	55
Tabel III - 4 Indikator dan Distribusi Variabel Brand Ambassador.....	56
Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	78
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	79
Tabel IV - 4 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1) .....	81
Tabel IV - 5 Uji Validitas Variabel Daya tarik Iklan (X2) .....	81
Tabel IV - 6 Uji Validitas Variabel Brand Ambassador (X3) .....	82
Tabel IV - 7 Uji Validitas Variabel Keputusan pembelian (Y) .....	82
Tabel IV - 8 Uji Reliabilitas.....	83
Tabel IV - 9 Uji Multikolinieritas .....	84
Tabel IV - 10 Hasil Uji Normalitas ( <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i> ).....	86
Tabel IV - 11 Uji Analisis Linear Berganda .....	87
Tabel IV - 12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	89
Tabel IV - 13 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	92
Tabel IV - 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II - 1 Kerangka Teoritis.....	46
Gambar IV - 1 Uji Heteroskedastisitas .....	85



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Tabulasi Data

Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Regresi Linear Berganda

Lampiran 8 R Tabel

Lampiran 9 T Tabel

Lampiran 10 F Tabel

Lampiran 11 Kartu Seminar

Lampiran 12 Kartu Bimbingan

