

HALAMAN MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.
Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan dia mendapat
(siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya."
(Q.S Al-Baqarah:286)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kerendahan hati dan kesabaran yang luar biasa. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Wanita hebat Ibu Rokhayatun, gelar sarjana ini saya persembahkan untuk ibu tercinta yang selalu sabar menantikan anak pertamanya meraih gelar sarjana, ibu yang selalu memberikan dukungan dan doa tiada putusnya, sehingga penulis mampu menyelesaikan studi sarjana hingga selesai, semoga rahmat Allah SWT selalu panjang umur dan sehat selalu.
2. Laki-laki terbaik Bapak Akhmad Riyadin, terima kasih telah menjadi seseorang yang sangat bertanggung jawab untuk selalu menafkahi anak pertama kesayanganmu ini hingga berhasil meraih gelar sarjananya. Bapak yang selalu mengusahakan apapun untuk anaknya bahkan hingga merantau jauh ,semoga selalu dimudahkan segala urusan, diberikan kekuatan, sehat selalu dan panjang umur.
3. Saudara laki-laki saya yang hebat Muhammad Abiy Aliuddin Albab dan Nimal Fata Al Mughni yang sudah memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
4. Ibu Intan Muliana Rhamdhani S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang sudah mendukung dan mengarahkan penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.

5. Teman-teman seperjuangan Terima kasih sudah menemani selama masa perkuliahan. Terima kasih sudah menjadi teman, saudara dan keluarga yang selalu menguatkan, membantu, menasehati, mendukung dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada laki laki tercinta Iqbal Fuadi , seseorang yang tak kalah penting kehadirannya. Penulis ucapkan terima kasih karena sudah selalu ada untuk penulis dengan menjadi *support system* dalam kondisi suka maupun duka, selalu mendengarkan keluh kesah, dan memberikan dukungan semangat kepada penulis. Terima kasih sudah menjadi setengah bagian perjalanan hidup penulis dan selalu memberikan dukungan dalam mengerjakan tugas akhir.
7. Kepada diri saya sendiri Alfiyah Az Zahra yang sudah bertahan hingga saat ini, terima kasih atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika liku kehidupan hingga saat ini. Saya bangga pada diri saya sendiri, karna saya bisa bertahan sampai di titik ini dan bisa menjadi wanita yang bermanfaat untuk orang orang disekitar. Mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
8. Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman.

Akhir kata, penulis dapat menyadari tanpa ridho dan pertolongan Allah SWT, serta bantuan, dukungan, motivasi dari segala pihak maka skripsi ini tidak dapat diselesaikan. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam

penulisan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga Allah SWT membalas segera kebaikan kalian.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *product quality*, *beaut vlogger* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Cushion Skintific di Kebumen. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden yang mana semuanya adalah perempuan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kebumen dengan sampel 100 responden perempuan berusia diatas 17tahun yang pernah melakukan pembelian serta menggunakan produk Cushion Skintific . Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari jawaban responden yang dikumpulkan melalui kuesioner. Metode penelitian yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposve sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan SPSS for windows versi 25.0. Hasil penelitian menunjukan bahwa *product quality*, dan *beauty vlogger* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Cushion Skintific* di Kebumen, dan *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Cushion Skintific* di Kebumen, selain itu *product quality*,*beauty vlogger*, dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Cushion Skintific.

Kata Kunci : *Product Quality, Beauty Vlogger, Brand Image* dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, beauty vlogger and brand image on purchasing decisions for Cushion Skintific products in Kebumen. This study was conducted by taking a sample of 100 respondents, all of whom were female. The population in this study was the Kebumen community with a sample of 100 female respondents aged over 17 years who had purchased and used Cushion Skintific products. The data used in this study were primary data obtained from respondents' answers collected through questionnaires. The research method used was non-probability sampling with purposive sampling technique. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis techniques using SPSS for Windows version 25.0. The results of the study showed that product quality and beauty vlogger had a significant positive effect on purchasing decisions for Cushion Skintific products in Kebumen, and brand image did not affect purchasing decisions for Cushion Skintific products in Kebumen, in addition, product quality, beauty vlogger, and brand image together had a positive and significant effect on purchasing decisions for Cushion Skintific

Keywords: Product Quality, Beauty Vlogger, Brand Image and Purchasing Decisions.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb

Segala puji penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul “Pengaruh *Product Quality*, *Beauty Vlogger* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian produk Cushion Skintific di Kebumen”. Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Intan Muliana Rhamdhani S.E., M.M selaku dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini Tujuan umum penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
3. Seluruh dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa.
4. Teman-teman angkatan 2021 yang selalu memberikan semangat.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Kebumen, 19 Juni 2025
Penulis,

Alfiyah Az Zahra
215504404

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR	xi
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.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1. Tinjauan Teori	15
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	15

2.1.2.	Product Quality	20
2.1.3.	Beauty Vlogger	24
2.1.4.	Brand Image	28
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	33
2.3.	Hubungan Antar Variabel	40
2.4.	Model Empiris.....	43
2.5.	Hipotesis.....	44
BAB III		46
METODE PENELITIAN		46
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	46
3.2.	Variabel Penelitian	46
3.3.	Definisi Operasional Variabel	47
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	51
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data.....	53
3.6.	Populasi dan Sampel	54
3.7.	Teknik Analisis.....	57
BAB IV		67
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		67
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	67
4.2	Analisis Deskriptif.....	70
4.3	Analisis Statistik.....	74
4.4	Pembahasan	88
BAB V		94
SIMPULAN		94
5.1.	Simpulan.....	94

5.2. Keterbatasan	95
5.3. Implikasi	96
5.3.1 Implikasi Praktis	96
5.3.2 Implikasi Teoritis	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	105



DAFTAR TABEL

Tabel I-I Brand Cushion Terlaris 2023	4
Tabel I-2 Tabel Hasil Observasi Terhadap 37 Responden.....	6
Tabel II-1 Hasil-hasil Ringkasan Penelitian Terdahulu	37
Tabel III-1 Indikator Keputusan Pembelian Pada Kuisisioner	48
Tabel III-2 Indikator <i>Product Quality</i> Pada Kuisisioner	49
Tabel III-3 Indikator <i>Beauty Vlogger</i> Pada Kuisisioner	50
Tabel III-4 Indikator <i>Brand Image</i> Pada Kuisisioner	51
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	71
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	74
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Quality</i>	76
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Beauty Valogger</i>	76
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	77
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	78
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolonieritas.....	80
Tabel IV-11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	83
Tabel IV-12 Hasil Uji t	85
Tabel IV-13 Hasil Uji F	87
Tabel IV-14 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	16
Gambar II-2 Model Empiris.....	44
Gambar IV-1 Logo Perusahaan Skintific	70
Gambar IV-2 Hasil Uji Heterokedastisitas	81
Gambar IV-3 Hasil Uji Normalitas	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	106
Lampiran 2 Data Responden.....	109
Lampiran 3 Tabulasi data responden	112
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	115
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	118
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	119
Lampiran 7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	120
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	121
Lampiran 9 Tabel r.....	122
Lampiran 10 Tabel t.....	126
Lampiran 11 Tabel F.....	129
Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi	132
Lampiran 13 Kartu Tanda Peserta seminar	133