

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK LIPSTIK
MEREK VIVA COSMETICS DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

OKTARIFA ANGGUN SAPUTRI
19012010364/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2023**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK LIPSTIK
MEREK VIVA COSMETICS DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

**OKTARIFA ANGGUN SAPUTRI
19012010364/FEB/EM**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2023

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK LIPSTIK
MEREK VIVA COSMETICS DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh

OKTARIFA ANGGUN SAPUTRI
19012010364/FEB/EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal: 07 Desember 2023

Kordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing


Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.
NIP. 196901132021212003


Drs. Ec. Hery Pudjoprayono, M.M
NIP. 196203181988031002

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Peritwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

**SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS
KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Oktarifa Anggun Saputri
NPM : 19012010364
NIK : 1602246010010001
Tempat/Tanggal Lahir : Sumber Hidup, 20 Oktober 2001
Alamat : Kabupaten Ogan Komering Ilir, Kota Palembang,
Provinsi Sumatera Selatan
Judul Artikel : Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek, Dan
Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Produk
Lipstik Merek Viva Cosmetics Di Kota Surabaya

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri,
serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur
paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme
maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik
yang telah saya raih.

Surabaya, 07 Desember 2023
yang menyatakan,



Oktarifa Anggun Saputri

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat Menyusun Skripsi dengan judul **“Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Produk Lipstik Merek Viva Cosmetics di Kota Surabaya”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dengan terselesaikan Skripsi ini, maka penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian penyusunan Skripsi ini, yaitu kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M,MT. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E, M.Si. Selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan dan meluangkan waktu guna membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

6. Kedua Orang Tua yang telah memberikan doa, serta semangat dalam menyusun Skripsi ini.
7. Kakak tersayang, SERTU Willy Jaka Saputra dan Yuli Mulyatari, S.Kep, Ns yang telah memberikan semangat dan membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini, dan
8. Teman-teman seangkatan, kakak tingkat, teman-teman sekolah, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang mendasar pada Skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap kepada pembaca untuk memberikan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk penyempurnaan ke depannya. Penulis juga berharap semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya teman-teman di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Landasan Teori.....	21
2.2.1 Pengertian Pemasaran	21

2.2.2 Brand Ambassador.....	22
2.2.2.1 Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	22
2.2.2.2 Karakteristik <i>Brand Ambassador</i>	22
2.2.2.3 Indikator Brand Ambassador	23
2.2.3 Citra Merek	24
2.2.3.1 Pengertian Citra Merek	25
2.2.3.2 Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek.....	25
2.2.3.3 Indikator Citra Merek	26
2.2.4 Kualitas Produk	27
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Produk	28
2.2.4.2 Indikator Kualitas Produk.....	28
2.2.5 Minat Beli	29
2.2.5.1 Pengertian Minat Beli	30
2.2.5.2 Tahapan Minat Beli	30
2.2.5.3 Indikator Minat Beli	31
2.3 Hubungan Antar Variabel	31
2.3.1 Hubungan antar variabel <i>Brand Ambassador</i> dan Minat Beli	31
2.3.2 Hubungan antar variabel Citra Merek dan Minat Beli	32
2.3.3 Hubungan antar variabel Kualitas Produk dan Minat Beli	33
2.4 Kerangka Konseptual.....	35

2.5 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
3.1.1 Variabel Bebas (X)	36
3.1.2 Variabel Terikat (Y)	39
3.1.3 Pengukuran Variabel	40
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel	41
3.2.3 Teknik Sampling.....	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.3.1 Jenis Data.....	42
3.3.2 Sumber Data	43
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.4.1 Uji Validitas.....	44
3.4.2 Uji Reliabilitas	45
3.5 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	45
3.5.1 Teknik Analisis Data	45
3.5.2 Cara Kerja PLS	47

3.5.3 Model Spesifikasi PLS	47
3.5.4 Langkah-langkah PLS	48
3.5.5 Asumsi PLS	55
3.5.6 Ukuran Sampel	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	56
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	56
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian	57
4.2.1 Karakteristik Responden.....	57
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.2.2 Deskripsi Variabel	59
4.2.2.1 Deskripsi Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	60
4.2.2.2 Deskripsi Variabel Citra Merek (X2)	61
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3).....	63
4.2.2.4 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y)	65
4.3 Analisis Data	66
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier	66
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	68
4.3.2.1 Outer Moder (Model Pengukuran dan Validitas Indikator).....	68

4.3.2.2 Gambar Outer Model	75
4.3.2.3 Inner Model (Pengujian Model Struktural)	76
4.3.2.4 Pengujian Hipotesis	77
4.3.2.5 Gambar Inner Model.....	78
4.4 Pembahasan.....	79
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> pada Minat Beli	79
4.4.2 Pengaruh Citra Merek pada Minat Beli	80
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk pada Minat Beli.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 TBI Produk Lipstik merek Viva Cosmetics tahun (2019-2022)	9
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	60
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Citra Merek (X2).....	61
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3)	63
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y).....	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Outlier (Residuals Statistics)	67
Tabel 4.7 Outer Loading (Mean, STDEV, T-VALUES)	69
Tabel 4.8 Cross Loading	71
Tabel 4.9 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	72
Tabel 4.10 Composite Reliability	73
Tabel 4.11 Latent Variabel Correlations	74
Tabel 4.12 R-Square.....	76
Tabel 4.13 <i>Path Coefficient</i> (Mean, STDEV, T-Values)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Penduduk Surabaya Jenis Kelamin (2022)	3
Gambar 1.2 Ulasan Konsumen Terkait Lipstik Viva Cosmetics	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 3.1 Model Diagram Jalur.....	49
Gambar 4.1 Outer Model (<i>factor loading</i> , <i>Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i>).....	75
Gambar 4.2 Inner Model dengan nilai signifikan <i>T-Statistic Bootstrapping</i>	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 2 Hasil Olah Data PLS.....	93
Lampiran 3 Deskripsi dan Hasil Outlier	101
Lampiran 4 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Responden.....	102

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK LIPSTIK
MEREK VIVA COSMETICS DI KOTA SURABAYA**

Oleh :

**OKTARIFA ANGGUN SAPUTRI
19012010364/FEB/EM**

Abstrak

Dalam lingkungan industri yang semakin kompetitif, perusahaan harus berhati-hati dalam menganalisis perilaku konsumen agar dapat menghitung pangsa pasar barang mereka dengan tepat dan berdampak pada minat beli pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menilai pengaruh brand ambassador, citra merek, dan kualitas produk terhadap minat beli produk lipstik merek Viva Cosmetics di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan jumlah sampel sebanyak 104 responden yang sesuai dengan persyaratan pengambilan sampel. Pendekatan Non Probability Sampling dengan metodologi Purposive Sampling digunakan untuk pengambilan sampel. Pendekatan analisis data menggunakan program SMART PLS. Berdasarkan hasil penelitian, *brand ambassador*, citra merek, dan kualitas produk semuanya berkontribusi terhadap minat beli konsumen pada produk lipstik merek Viva Cosmetics.

Kata Kunci : *Brand Ambassador*, Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli.