

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTICK  
MAYBELLINE (STUDI PADA KONSUMEN WANITA DI SURABAYA)**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh :

**Salsabila Adilah Putri Endarto**

**NPM. 19042010141**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI**

**SURABAYA**

**2024**

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTICK  
MAYBELLINE (STUDI PADA KONSUMEN WANITA DI SURABAYA)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Salsabila Adilah Putri Endarto

NPM. 19042010141

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTICK  
MAYBELLINE (STUDI PADA KONSUMEN WANITA DI SURABAYA)


Disusun Oleh :

Salsabila Adilah Putri Endarto  
NPM.19042010141

Telah disetujui untuk mengikuti seminar skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

  
DRA. LIA NIRAWATI, M.Si  
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL  
DAN ILMU POLITIK

  
DR. CATUR SURATNOAJI, M. Si  
NIP. 196804182021211006



LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTICK  
MAYBELLINE (STUDI PADA KONSUMEN WANITA DI SURABAYA)

Disusun Oleh :

Salsabila Adilah Putri Endarto

NPM.19042010141


Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur

Pada tanggal 6 Desember 2024

Menyetujui,


PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

  
Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP. 196009241993032001

1. Ketua

  
Dra. Sonja Andarini, M.Si


NIP. 196503161993092001

2. Sekretaris

  
Dr. Nurhadi, M.Si

NIP. 196902011994031001

3. Anggota

  
Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

  
DR. CATUR SURATNOAJI, M. Si

NIP. 196804182021211006

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Salsabila Adilah Putri Endarto  
NPM : 19042010141  
Fakultas / Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Maybelline (Studi Pada Konsumen di Surabaya)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di instansi Pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Dengan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila di ikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 6 Desember 2024



Salsabila Adilah Putri Endarto

19042010141

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan Syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Maybelline”

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasihat, serta motivasinya kepada penulis. Selain itu, peneliti juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik berupa moral, spiritual dan juga materil. Untuk itu peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin., S.Sos.,MM.,MA selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ayah, bunda, adik Izzah, Milo, Miiko yang selalu memberikan dukungan penuh, doa, dan semangat terhadap penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
5. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah senantiasa memberikan motivasi, arahan, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka penulis mengharapkan saran dan kritik untuk memperbaiki skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

## ABSTRAK

### **Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Maybelline (Studi Pada Konsumen di Surabaya)**

**Salsabila Adilah Putri Endarto, 19042010141**

Universitas Pembangunan “Nasional” Jawa Timur  
Administrasi Bisnis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian produk lipstik Maybelline (Studi Pada Konsumen Wanita di Surabaya). Salah satu kosmetik yang memiliki citra merk dan kualitas produk yang bagus yang sedang trend saat ini adalah Maybelline. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Metode Structural Equation Modeling (SEM) yang berbasis komponen dan menggunakan Partial Least Square (PLS) yang digunakan untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti jumlah sampel yang tidak terlalu besar, adanya missing values, dan multikolinearitas, dikarenakan multikolinearitas yang tinggi dapat meningkatkan risiko penolakan hipotesis saat pengujian model regresi. Pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Populasi konsumen dalam penelitian ini adalah Wanita yang berdomisili di Surabaya dengan rata-rata usia 19 sampai 25 tahun. Brand Ambassador berpengaruh Positif Signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan koefisien path sebesar 0,597. Kualitas Produk berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan koefisien path sebesar 0,064. : Persepsi Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan koefisien path sebesar 0,280.

**Kata Kunci:** *Brand Ambassadors*, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	ii
DAFTAR TABEL .....	v
DAFTAR GAMBAR.....	6
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Pemasaran.....	15
2.2.2 Strategi pemasaran .....	16
2.2.3 Bauran Pemasaran .....	16
2.2.4 Konsep Pemasaran .....	18
2.2.5 Perencanaan Pemasaran .....	18
2.2.6 Brand Ambassador .....	20
2.2.6 Dimensi Brand Ambassador.....	22
2.2.7 Manfaat Brand Ambassador.....	24
2.2.3 Faktor – Faktor Brand Ambassador .....	25
2.2.8 Indikator Brand Ambassador .....	25
2.2.9 Kualitas Produk .....	27
2.2.10 Manfaat Kualitas Produk.....	28
2.2.11 Indikator Kualitas Produk .....	30
2.2.12 Faktor – Faktor Kualitas Produk .....	30
2.2.13 Dimensi Kualitas Produk .....	34
2.2.13 Persepsi Harga.....	37
2.2.14 Indikator Persepsi Harga .....	38
2.2.15 Keputusan Pembelian .....	38
2.2.16 Proses Keputusan Pembelian .....	38
2.2.17 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	40



2.2.18 Indikator Keputusan Pembelian .....	40
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	41
3.3.1 Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian .....	41
3.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
3.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
2.4 Kerangka Berpikir.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
3.1.1 Variabel Independen (Bebas) .....	46
3.1.2 Variabel Dependen (Terikat).....	46
3.1.3 Pengukuran Variabel .....	46
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	48
3.2.1 Populasi .....	48
3.2.2 Sampel .....	48
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.3.1 Jenis Data .....	49
3.3.2 Sumber Data .....	49
3.3.3 Metode Pengumpulan Data .....	49
3.4 Teknik Pengujian Instrumen .....	50
3.4.1 Uji Validitas .....	50
3.4.2 Uji Reabilitas.....	50
3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	51
3.5.1 Metode Analisis Data .....	51
3.5.2 Cara Kerja PLS.....	52
3.5.3 Model Spesifikasi PLS .....	53
3.5.4 Langkah – Langkah PLS .....	53
3.5.5 Asumsi PLS.....	61
3.5.6 Ukuran Sampel.....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	62
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan Maybelline .....	62
4.1.2 Visi Misi Maybelline.....	63
4.2 Analisis Deskripsi Karakteristik Responden .....	65
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	67

4.3.1 Deskripsi Variabel Brand Ambassador (X1) .....	67
4.4 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	67
4.4.1 Evaluasi Outlier .....	67
4.4.2 Pengkajian Model Pengukuran.....	74
4.4.4 Evaluasi Pengujian Struktural Model (Inner Model) .....	80
4.4.5 Pengujian Hipotesis .....	82
4.5 Pembahasan.....	83
4.5.1 Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian .....	83
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	83
4.5.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	85
5.1 Kesimpulan .....	85
5.2 Saran .....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN 1.1 KUESIONER PENELITIAN .....	89
LAMPIRAN 1.2 HASIL OLAH DATA .....	93

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori.....	5
Tabel 3.1 Skala Bobot Likert .....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi .....	68
Tabel 4.7 Nilai Faktor Loading .....	70
Tabel 4.8 Cross Loading.....	71
Tabel 4.9 Discriminant Reability Construct .....	72
Tabel 4.10 Discriminant Validity .....	73
Tabel 4.11 Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT) .....	74
Tabel 4.12 R-Square Overview .....	75
Tabel 4.13 Path Coefficients .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Top Penjualan 10 Brand 2024.....	6
Gambar 1.3 Review Pada Produk Lipstik Maybelline.....	11
Gambar 3.1 Gambar Struktur PLS.....	55
Gambar 3.2 Diagram Alur dan Least Square.....	57
Gambar 4.1.....	74