

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK
(STUDI PADA KONSUMEN ORIFLAME DI
KECAMATAN BULELENG)**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program
Sarjana Manajemen**



**Oleh
Made Charmawati Laksmi Dewi
NIM 1917041038**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**


2023

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA MANAJEMEN**


Menyetujui,

Pembimbing I,



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP. 198602112019031005

Pembimbing II,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

Skripsi oleh Made Charmawati Laksmi Dewi
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal : 21 Juni 2023

Dewan Penguji,



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP. 198602112019031005

(Ketua)



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

(Anggota)



Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

(Anggota)

Diterima oleh panitia ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada

Hari : Rabu
Tanggal : 21 Juni 2023

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA.
NIP. 197906162002121003

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi pada Konsumen Oriflame di Kecamatan Buleleng)” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam bidang keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila juga saya dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Singaraja, 21 Juni 2023



Made Charmawati Laksmi Dewi
NIM 1917041038

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa/Ida Sang Hyang Widhi Wasa, atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi pada Konsumen Oriflame di Kecamatan Buleleng)”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan motivasi, saran, membimbing, dan mengarahkan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si., selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk, motivasi, serta bimbingan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang mendidik dan selalu memberi saran selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Kepala Tata Perusahaan Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi dan petunjuk selama perkuliahan.

9. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi.
10. Kedua orang tua, adik, niang, dan saudara sepupu, yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuanganku Anggidea, Rya, Linda, serta anggota grup Teletubbies.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini, untuk itu penulis mengharapkan saran dan masukan untuk perbaikan agar skripsi ini dapat selesai dengan maksimal. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun para pembaca.



Singaraja, 21 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

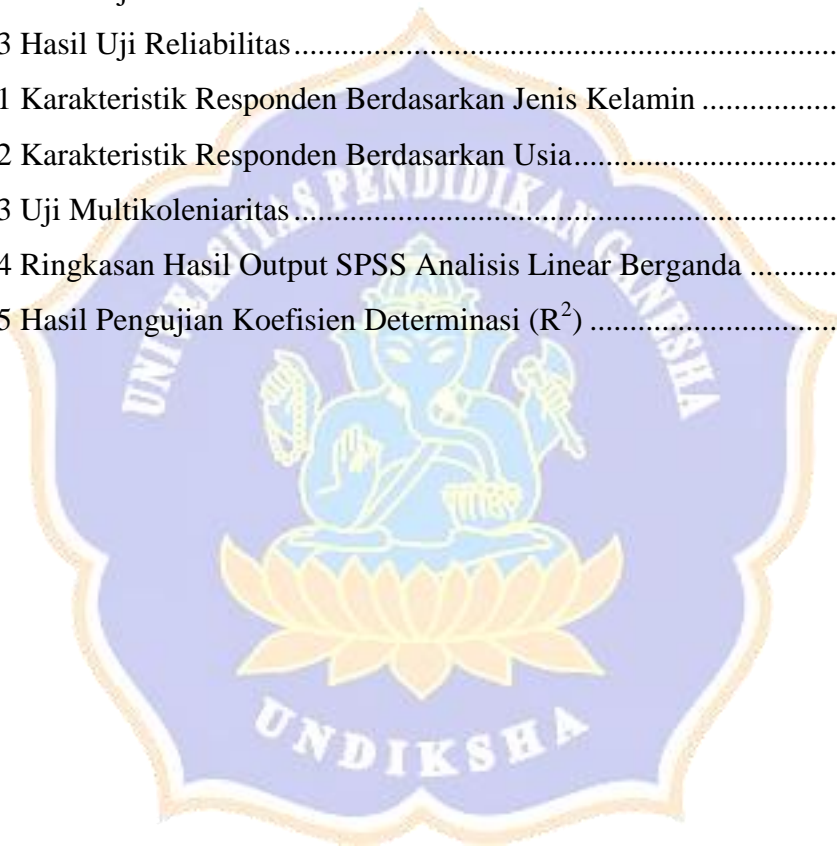
	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	6
1.3 Pembatasan Masalah Penelitian.....	7
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
2.1 Deskripsi Teoritis.....	9
2.1.1 <i>Brand Ambassador</i>	9
2.1.1.1 Definisi <i>Brand Ambassador</i>	9
2.1.1.2 Dimensi <i>Brand Ambassador</i>	9
2.1.1.3 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	10
2.1.2 Kualitas Produk.....	10
2.1.2.1 Definisi Kualitas Produk.....	10
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk.....	11
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk.....	11
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	13
2.1.3.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	18

2.3.1 Hubungan <i>Brand Ambassador</i> dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.3.2 Hubungan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.3.3 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.4 Kerangka Berpikir.....	20
2.5 Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
3.2 Rancangan Penelitian.....	23
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	24
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	24
3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	25
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	26
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	27
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data	29
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda	30
3.8 Uji Hipotesis	31
3.8.1 Uji F (Uji Simultan).....	31
3.8.2 Uji t (Uji Parsial).....	32
3.9 Uji Koefisien Determinasi R^2	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Deskripsi Data.....	34
4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	35
4.2.1 Uji Normalitas.....	35
4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	36
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	37
4.3 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
4.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	41
4.5 Pengujian Hipotesis Penelitian	41

4.5.1 Pengaruh antara <i>Brand Ambassador</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	42
4.5.2 Pengaruh antara <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	43
4.5.3 Pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	43
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	44
4.6.1 Pengaruh antara <i>Brand Ambassador</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	44
4.6.2 Pengaruh antara <i>Brand Ambassador</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	45
4.6.3 Pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	47
4.7 Keterbatasan Penelitian.....	48
4.8 Implikasi Penelitian	49
BAB V PENUTUP.....	51
5.1 Rangkuman	51
5.2 Simpulan	52
5.3 Penutup	53
DAFTAR RUJUKAN	55
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data <i>Market Share</i> 3 Perusahaan Kosmetik di Indonesia Tahun 2020-2022.....	4
Tabel 1.2 Data Penjualan Kosmetik Oriflame Pada SPO di Bali	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	25
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.3 Uji Multikoleniaritas	37
Tabel 4.4 Ringkasan Hasil Output SPSS Analisis Linear Berganda	41
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Konseptual Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Oriflame.....	21
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik <i>P-Plot</i>	36
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas menggunakan Grafik <i>Scatterplot</i>	37
Gambar 4.3 Struktur Hubungan <i>Brand Ambassador</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 02. Data Hasil Kuesioner.....	62
Lampiran 03. Hasil Output SPSS 25 <i>for Windows</i> Uji Validitas dan Reliabilitas	65
Lampiran 04. Hasil Output SPSS 25 <i>for Windows</i> Uji Asumsi Klasik.....	67
Lampiran 05. Ringkasan Hasil Output SPSS 25 <i>for Windows</i> Analisis Regresi Linear Berganda.....	69

